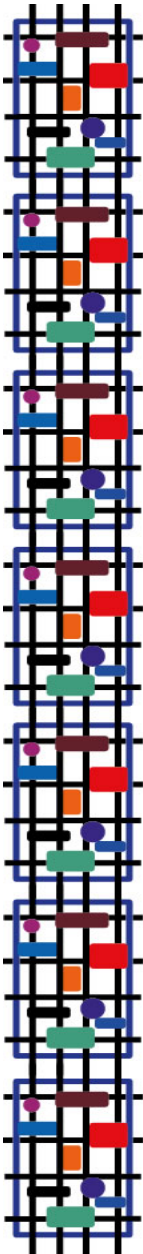




# UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE CHIAPAS

DES CIENCIAS SOCIALES Y HUMANIDADES  
DIRECCIÓN GENERAL DE INVESTIGACIÓN Y POSGRADO  
DOCTORADO EN ESTUDIOS REGIONALES



## COMUNIDAD DE PRÁCTICA, IDENTIDAD Y CONSUMOS CULTURALES VIRTUALES: *FACEBOOK* COMO CIBER-REGIÓN FUNCIONAL CHIAPANECA

TESIS QUE PARA OBTENER EL GRADO DE  
**DOCTOR EN ESTUDIOS REGIONALES**

PRESENTA

**RODRIGO FRANCO HERRERA**

DIRECTOR

**Dr. Óscar Chanona Pérez**

CO-DIRECTOR

**Dr. Genaro Aguirre Aguilar**

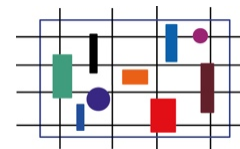
Tuxtla Gutiérrez, Chiapas

Febrero de 2020



**CONACYT**

*Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología*



**Doctorado en  
Estudios  
Regionales**



DIRECCIÓN GENERAL DE INVESTIGACIÓN Y POSGRADO  
DES CIENCIAS SOCIALES Y HUMANIDADES  
DOCTORADO EN ESTUDIOS REGIONALES  
ÁREA DE TITULACIÓN  
AUTORIZACIÓN/IMPRESIÓN DE TESIS



F-FHCIP-TD-016

Tuxtla Gutiérrez, Chiapas  
6 de enero de 2020  
Oficio No. TDER/011/2020

C. Rodrigo Franco Herrera

Promoción: **Novena**

Matrícula: **PS1011**

Sede: **Tuxtla Gutiérrez**

Presente.

Por medio del presente, informo a Usted que una vez recibido los votos aprobatorios de los miembros del **JURADO** para el examen de grado del Programa de Doctorado en Estudios Regionales, para la defensa de la tesis intitulada:

Comunidad de práctica, identidad y consumos culturales virtuales: Facebook como ciber-región funcional chiapaneca.

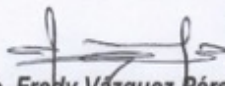
Se le autoriza la impresión de seis ejemplares impresos y cuatro electrónicos (CDs), los cuales deberá entregar:

- Un CD: Dirección de Desarrollo Bibliotecario de la Universidad Autónoma de Chiapas.
- Un CD: Biblioteca de la Facultad de Humanidades C-VI.
- Seis tesis y dos CD: Área de Titulación de la Coordinación del Doctorado en Estudios Regionales, para ser entregados a los Sinodales.

Sin otro particular, reciba un cordial saludo.

Atentamente


*"Por la Conciencia de la Necesidad de Servir"*

  
**Mtro. Freddy Vázquez Pérez**

Director de la Facultad de  
Humanidades Campus VI



Vo. Bo.

  
**Dra. Luisa Aurora Hernández Jiménez**

Coordinadora del Doctorado en  
Estudios Regionales



C.c.p.- Expediente/Minutario.  
FVP/LAHJ/lrc\*

## ÍNDICE

<b>INTRODUCCIÓN</b> .....	9
Planteamiento del problema .....	13
Preguntas de investigación .....	14
Objetivos de investigación .....	15
Justificación .....	16
<b>CAPÍTULO 1 – TECNOLOGÍA Y SOCIEDAD EN LA ACTUALIDAD</b> .....	20
1.1 Tecnología y vida social .....	20
1.2 Redes sociales .....	24
1.2.1 Las redes sociales y otras plataformas virtuales .....	27
1.3 <i>Facebook</i> .....	32
1.3.1 Generalidades sobre <i>Facebook</i> .....	34
1.3.2 Principales elementos de <i>FB</i> .....	41
1.4 Páginas de <i>Facebook</i> .....	44
1.4.1 Administradores y seguidores .....	46
1.5 La censura en <i>Facebook</i> .....	51
1.6 Otras miradas sobre <i>Facebook</i> .....	56
1.7 Recapitulación .....	59
<b>CAPÍTULO 2 – CIBERCULTURA, IDENTIDAD, COMUNIDAD Y CONSUMO CULTURAL</b> .....	61
2.1 Cibercultura: definición y evolución .....	62
2.1.1 Viviendo en lo virtual .....	66
2.2 Consumos culturales .....	68
2.2.1 Consumos culturales virtuales .....	69
2.2.2 Consumos culturales en <i>Facebook</i> .....	70
2.3 La Identidad: un acercamiento al perfil de los usuarios .....	73
2.3.1 La identidad: un acercamiento desde lo sociocultural .....	74
2.3.2 La identidad dentro de lo virtual .....	80
2.3.3 Vínculos identitarios entre el mundo físico y lo virtual .....	82
2.4 Las comunidades en internet .....	83
2.4.1 Comunidades virtuales .....	83
2.4.2 Comunidades de práctica sociales .....	86
2.4.3 Las comunidades de práctica virtuales .....	89
2.5 Ciber contenidos compartidos .....	91
2.5.1 Identidad y elementos lingüísticos en los discursos en la web .....	92
2.5.2 Publicaciones en <i>Facebook</i> .....	99
2.5.2.1 Los memes en la red: lo cultural en una imagen .....	102
2.6 Recapitulación .....	108
<b>CAPÍTULO 3 – REGIONALIZACIÓN DEL CIBERESPACIO</b> .....	110
3.1 Los Estudios Regionales: entendiendo una región de estudio .....	110
3.2 Lugar, territorio, espacio y ciberespacio .....	116
3.2.1 Lugar .....	116
3.2.2 Territorio .....	120
3.2.3 Sobre el espacio .....	124
3.2.4 Construcción del ciberespacio .....	126
3.3 Lo local y lo global en <i>Facebook</i> .....	131
3.4 La ciber-región funcional .....	137
3.5 La ciber-región funcional chiapaneca en <i>Facebook</i> .....	141
3.6 Recapitulación .....	150

<b>CAPÍTULO 4 - DISEÑO DEL CAMINO: ELEMENTOS METODOLÓGICOS DEL ESTUDIO</b> .....	152
4.1 La investigación cualitativa: un enfoque hermenéutico interpretativo .....	153
4.2 Nuevas circunstancias sociales y culturales: necesidad de una etnografía específica. ....	157
4.3 La etnografía virtual: un método cualitativo .....	161
4.4 Descripción del objeto de estudio .....	167
4.5 Técnicas y recursos.....	173
4.5.1 El proceso de observación.....	174
4.5.1.1 Observación participante .....	175
4.5.1.2 Observación flotante .....	176
4.5.2 Entrevistas: chats indagatorios individuales .....	178
4.5.3 Entrevistas: chats indagatorios grupales.....	181
4.6. Proceso de recolección de información.....	184
4.6.1 Elementos visuales .....	185
4.6.2 Elementos discursivos .....	188
4.7 Proceso de análisis de información .....	193
4.7.1 Exploración: Análisis preliminares.....	194
4.7.2 Triangulación .....	197
4.7.3 Codificación y categorización .....	198
4.8 Consideraciones sobre la aplicación metodológica en el trabajo .....	207
4.9 Apreciaciones sobre la metodología .....	210
4.10 Recapitulación .....	212
<b>CAPÍTULO 5 – ¿QUÉ DICEN LOS DATOS SOBRE EL OBJETO DE ESTUDIO?</b> .....	215
5.1 Generalidades de los hallazgos.....	215
5.2 Particularidades de la ciber-región .....	217
5.2.1 Atributos de la comunidad social.....	218
5.2.2 Atributos de la comunidad virtual.....	222
5.2.3 Interacciones físicas-virtuales.....	226
5.2.4 Atributos de la comunidad práctica .....	233
5.3 Manifestaciones de la identidad chiapaneca en <i>Facebook</i> .....	235
5.3.1 Afiliaciones simbólicas.....	246
5.3.2 Afiliaciones territoriales .....	255
5.3.3 Afiliaciones lingüísticas .....	262
5.4 Vínculos entre contenidos y consumos.....	269
5.4.1 Contenidos temáticos .....	275
5.4.2 Contenidos estructurales.....	282
5.4.3 Tendencias/preferencias en el consumo .....	288
5.4.4 Significaciones en los consumos .....	294
5.5 Recapitulación .....	303
<b>CAPÍTULO 6 – CONCLUSIONES</b> .....	305
6.1 Discusión final .....	306
6.2 Conclusiones del estudio.....	308
6.3 Aportaciones del estudio y consideraciones para trabajos relacionados.....	317
<b>ÍNDICE DE CUADROS, ESQUEMAS, FIGURAS Y FRAGMENTOS DE ENTREVISTA</b> ....	321
<b>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS</b> .....	326

## **AGRADECIMIENTOS**

La realización de esta investigación fue posible gracias a la beca otorgada por el Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (Conacyt), con número **275518**, durante mis estudios de doctorado en Estudios Regionales en la Universidad Autónoma de Chiapas, (UNACH).

### **Gracias también...**

A mis papás por el amor, apoyo y la confianza.

A mis hermanas por su cariño y paciencia.

A Santy por siempre sacarme sonrisas.

A Ana por su apoyo y amor.

A los doctores Óscar, Genaro y Juan Manuel por el acompañamiento y orientación.

A Claire y Roxana por el gran apoyo y confianza durante todo este tiempo.

A mis padrinos por siempre estar pendientes.

A mis amigos por su confianza, cariño y tonterías (ustedes saben quienes son).

A Kata por recibirme siempre con amor y felicidad.

A toda la demás familia que siempre está ahí.

A todos los demás que me han acompañado y apoyado durante este tiempo de alguna u otra manera.

...I did it! :)

## INTRODUCCIÓN

Cotidianamente el ser humano está en busca de opciones y herramientas que simplifiquen su vida, que le puedan brindar opciones de minimizar esfuerzos y de eficientar procesos en los que su participación es importante. Es así como la tecnología ha cobrado un papel sumamente importante en la sociedad, otorgando la oportunidad de romper barreras, de crear lazos simbólicos, de permitir la generación y distribución de información, entre muchas otras cosas.

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.

De esta manera, la presente investigación se sumerge internet y el mundo virtual, el cual provee de diferentes elementos que le dan forma y estructuran su funcionamiento y entendimiento. Por ello, este trabajo busca entender cómo la identidad se manifiesta en *Facebook* a través de la producción y el consumo de

diversos contenidos con la característica principal, de abordar elementos socioculturales propios del estado de Chiapas.

Además, esta investigación toma partida de una problematización que se sitúa en páginas de *Facebook* con contenidos que manejan elementos locales, los cuales requieren de cierta contextualización o conocimiento de referentes específicos para ser comprendidos de mejor forma. Esto implica que los usuarios de *Facebook* tengan una vinculación de su mundo físico con el mundo virtual, así como de un acondicionamiento en el ciberespacio.

Así, esta investigación, en su primer capítulo, parte de explicar el contexto de la tecnología y la sociedad, mostrando cómo las implicaciones tecnológicas han ido formando parte de la cotidianidad de las personas y les permiten entender una nueva forma de vida. Como parte de esto, se encuentra la socialización, aspecto sumamente importante que forma parte de los usuarios de internet. La mayor referencia para este aspecto son las redes sociales; tecnologías que permiten el uso personal del espacio, el consumo de diversos contenidos y las interacciones con otros usuarios. *Facebook* es la red social más importante a nivel mundial y por ende, requiere atención al momento de entender aspectos socioculturales en internet.

Acompañando las concepciones contextuales de la investigación, en el segundo capítulo de este trabajo de investigación se presentan elementos conceptuales que acompañan al objeto de estudio. Dichos elementos otorgan un sustento académico a lo que se busca en la investigación. Así, conceptos como identidad, consumo cultural, comunidad de práctica y otros, acompañan al trabajo para poder entender de mejor forma lo que se está estudiando y desde qué perspectiva. Aquí lo sociocultural toma relevancia como la parte más sobresaliente al momento de entender el objeto de estudio, sin embargo, importante recordar la pertinencia interdisciplinaria que debe acompañar siempre a los estudios regionales, por lo cual, también se echa mano de varios enfoques académicos que permiten comprender de mejor y más completa forma lo que este trabajo busca.

El capítulo tercero explica cómo son los estudios regionales y cuál es la propuesta de regionalización para este trabajo. Es importante destacar que la región de estudio planteada en esta investigación, parte de entender al espacio social como un elemento que confiere características socioculturales específicas y es donde se gestan diversos tipos de interacciones y prácticas. Así, este concepto es abordado desde aspectos cibernéticos, donde lo virtual juega un papel muy importante. Por ello, se plantea como un ciberespacio que toma su forma como una ciber-región funcional, atendiendo a los flujos de información e interacciones que se dan y que a la vez, se estructuran como una comunidad de práctica virtual, donde la identidad chiapaneca es el elemento que estructura y determina mucho de los entendimientos y significaciones que ocurren dentro.

La metodología a seguir en esta investigación está desarrollada en el cuarto capítulo. La investigación cualitativa permite un acercamiento más adecuado con el objeto de estudio. La etnografía virtual es un método que va ganando terreno en las ciencias sociales y que permite un acondicionamiento adecuado para el estudio de los entornos virtuales y aspectos socioculturales dentro de los mismos. Conocer y analizar el ciberespacio no es una tarea sencilla. La etnografía virtual no es sólo sentarse en una computadora y ver lo que los usuarios publican en las distintas plataformas. Existen miles de situaciones y contextos que exigen atención académica para entender su realidad y sus problemas sociales que los componen, por lo que el trabajo de investigación bien encaminado es fuente de conocimiento para ello. Lo virtual está en todos los ámbitos sociales y por ende, la investigación debe fijar su mirada en todos los focos de atención académica como sea posible. Por ello, hacer uso de este método permite un acercamiento más idóneo y mejor enfocado hacia los objetivos de la investigación, donde las muchas posibilidades y herramientas del espacio virtual aportan significativamente. La observación es la técnica mejor enfocada al estudio y análisis de lo virtual, completando el acercamiento metodológico con entrevistas individuales y grupales, con ellas se han logrado obtener 3 categorías básicas de análisis que engloban todo lo hallado en la investigación: las manifestaciones de



la identidad chiapaneca en *Facebook*, los vínculos entre contenidos y consumos y las particularidades de la ciber-región de estudio.

Por ello, el capítulo quinto es la presentación de los hallazgos y análisis de del trabajo. Aquí se detallan varios aspectos relacionados a las categorías de análisis y la metodología. Cada uno de los elementos que componen las categorías de análisis permiten entender cómo la identidad chiapaneca está inmersa en diversas manifestaciones socioculturales de las personas, siendo lo virtual un lugar adecuado para la generación de afiliaciones a referentes y significantes clave del usuario de *Facebook*.

Finalmente, para el último apartado, se dan las conclusiones del estudio, con las que se sintetiza todo lo obtenido en esta investigación, se cimbran recomendaciones del uso de la metodología e ideas para futuras investigaciones. Es así como se logran responder las preguntas que han guiado esta investigación y que confieren el sentido de los estudios regionales a mayor detalle. Por ello, esta investigación logra dar una revisión del mundo virtual y las diversas manifestaciones socioculturales, dando prioridad a la identidad y los consumos como elementos presentes siempre en el uso de los ciberespacios y que día a día van tomando nuevos posicionamientos acorde a las exigencias que la vida cotidiana y la evolución va tomando en la sociedad.

### **Planteamiento del problema**

En *Facebook*, existen dos tipos de perfiles de cuenta: las cuentas personales, para un uso individual y personales; y las páginas o *fanpages*, las cuales son utilizadas por empresas, organizaciones, asociaciones y más conglomerados para poder exponer información de manera más profesional y con un mejor control, siendo para un público más amplio y con diversas herramientas de comunicación digital.

De esta manera, el problema que plantea este protocolo de investigación, radica en la producción, reproducción y proyección de elementos socioculturales,

políticos y económicos del mundo físico en páginas de *Facebook* y que se manifiestan a través de imágenes (fotografías, gifs, ilustraciones), videos, textos, notas y otros contenidos más a los cuales cada usuario tiene acceso casi ilimitado y con los que existen significación, re-significación, identificación y representaciones, muchos de ellos desde una perspectiva de diversión, opinión pública y /o crítica.

Evidencia de esto, es la existencia de páginas en *Facebook* que retoman contenidos con rasgos socioculturales chiapanecos y que son entendidos e interpretados gracias a la significación que los usuarios dan a los mismos. Estas páginas constituyen una región de estudio dadas estas características que las distinguen y a la vez conjuntan. En ellas se presenta información donde los seguidores requieren estar contextualizados de los elementos que se publican, los cuales están cargados de significados culturales, lingüísticos, sociales, entre otros, por lo que existe una afiliación de los usuarios con estas páginas de contenidos chiapanecos. Con esto, las preguntas que orientan este proyecto de investigación son:

### **Preguntas de investigación**

- ¿De qué forma la identidad de los administradores de las páginas de *Facebook* construye las afiliaciones de los seguidores a través de los contenidos?
- ¿Cómo son los consumos culturales dentro de *Facebook* para entender e identificarse con los contenidos de las páginas locales?
- ¿Cuáles son las características de las páginas locales de *Facebook* y de sus contenidos para la determinación de una ciber-región de estudio?

## **Objetivos de investigación**

**General:** Conocer la forma en que la identidad de los administradores determina la creación de contenidos en las páginas locales de *Facebook* para las afiliaciones de los seguidores

### **Específicos:**

- Señalar las características del consumo de los usuarios en las páginas locales de *Facebook* para la significación e identificación con los contenidos de las páginas locales.
- Determinar las características de las páginas locales de *Facebook* y sus contenidos como elementos propios de una ciber-región de estudio.

### **Supuestos**

- La identidad de los administradores de páginas locales en *Facebook* condiciona los contenidos que comparten. Se presentan elementos identitarios socioculturales, lingüísticos, discursivos, representativos de lo chipaneco. Por ello, los usuarios buscarán información y contenidos que se relacionan a su entorno próximo en lo cultural, lo social, el lenguaje, lo religioso, incluso lo político y lo económico, ya que estos son conocidos y entienden lo que busca expresarse en ellos. Existe una identificación social y lingüística con lo que se comparte en estas páginas de *Facebook*.
- Los consumos culturales dentro de *Facebook* estarían constituidos por las construcciones socioculturales vinculados a la identificación y elementos socioculturales y lingüísticos principalmente, ya que las páginas locales hacen circular en sus espacios este tipo de información debido a la sencillez y significaciones específicas que permiten un mejor entendimiento de los seguidores. Éstos encuentran un espacio de

vinculación con su realidad social y lleva a la afiliación con una comunidad de contenidos, en este caso, la página de *Facebook*.

- Las páginas locales de *Facebook* tendrían características particulares y representativas como la comprensión, significación e identificación de los seguidores con los contenidos, intereses comunes, la participación y la compartición de contenidos comunes. Cada administrador de las páginas comparte y se identifica con elementos chiapanecos, que pueden ser propios de todo el estado o de ciertas ciudades, pero son comprensibles casi de forma general por sus seguidores. Dichas características formarían la ciber-región de estudio.

## **Justificación**

El uso de la tecnología y sus diversas herramientas ha sido factor de cambios sociales y generado un sinfín de información cargada de representaciones socioculturales constantemente. La sociedad está diariamente usando dichas herramientas que inducen a ciertas actividades particulares, las cuales llevan consigo información diversa que circula y que se nutre de todo lo que rodea a quien la construye, además de las múltiples aportaciones de otros involucrados.

Es así, como la investigación que aquí se propone, busca entender cómo diferentes contenidos son plasmados en *Facebook* y se constituyen de rasgos socioculturales propios de ciertos lugares y al ser llevados al espacio virtual, son entendidos e interpretados a través de la identificación, que es factor determinante para la comprensión y significación de los mismos. Se está generando un traslado de elementos, prácticas y significaciones del mundo físico al mundo virtual como explica Mazón Fonseca (2011, p. 253): “nuestra realidad la proyectamos en la virtualidad (en consecuencia, nos regimos con nuestras reglas sociales). Pero, además, resulta que la tecnología del internet ofrece la oportunidad de cambiar la comunidad y su interacción”. Se crean reglas propias y adaptaciones, se vive un mundo particular de elementos nada ajenos a lo físico

y territorial. La realidad presente en la virtualidad y viceversa como parte de los procesos actuales en torno a los avances tecnológicos.

Algo importante de esto, es la adaptación de los elementos locales en espacios globales de interacción social, para este caso, en la virtualidad. Podemos entenderlo desde el plano de los estudios regionales, como un proceso de glocalización (Beck, 2008 y Ferrero, 2006) donde se está recuperando y resignificando lo local. Esto implica una especie de renacimiento de lo local en espacios globales, donde lo local y lo global no se van a excluir mutuamente, sino que ambos convergen concomitantemente pero también de forma interdependiente. Procesos socioculturales que se transforman y adaptan acorde a la realidad global cambiante que suscita día a día.

A esto, se recurre a la etnografía virtual como el método que permite un acercamiento más preciso y que se ha vuelto de uso recurrente en años recientes en el mundo académico. Es así como existen diferentes trabajos de investigación hechos en México acerca del mundo virtual y las TIC y fundamentados en los principios metodológicos de la etnografía virtual, los cuales revisamos de manera sintetizada para introducirnos al estudio del mundo virtual desde diferentes disciplinas.

Primeramente, “Etnografía virtual, un acercamiento al método y a sus aplicaciones” de María del Rocío Ruiz y Genaro Aguirre (2015), quienes hacen una revisión conceptual de algunos aportes de la antropología que pueden servir para estudiar las ciberculturas; presentan además ideas para el enfoque metodológico dentro su trabajo de investigación, el cual se encarga de estudiar el comportamiento y representaciones por el uso de las TIC’s. En este estudio, a través de la etnografía virtual, se aborda una situación relativa a docentes que son asesores y/o tutores en educación virtual y a distancia, acerca de su reformulación sobre la forma en que organizan y administran su tiempo para acompañar a los estudiantes; y el impacto en su vida académica y personal.

Encontramos también el trabajo realizado por Edgar Gómez, Claudia Arvizu y Alma C. Galindo, “Apuntes sobre la realidad como marco teórico para el estudio de la comunicación mediada por computadora” (2005). Ellos presentan una

revisión teórico conceptual sobre el recuento de los estudios que se han hecho acerca la comunicación mediada por computadora, con lo que pretenden dejar de lado las divisiones entre realidad y virtualidad, para entender cómo son inseparables y actúan de manera concomitante en el uso que las personas dan a las tecnologías de la información.

Por otro lado, Eduardo Andrés Sandoval Forero hace una aproximación teórica al análisis de las principales formas de investigar las interacciones sociales mediadas por el uso de las TIC's, con su texto "Cibersocioantropología de comunidades virtuales" (2007). Este autor enfatiza que la cibersocioantropología utiliza la etnografía virtual como la herramienta para conocer los fenómenos sociales que ocurren dentro del ciberespacio. Así, destaca el peso que la sociedad de la información tiene en la actualidad y cómo es necesario entender su funcionamiento para conocer la realidad en que estamos inmersos.

Además, el libro "El meme en internet. identidad y usos sociales" (2017) de Gabriel Pérez Salazar presenta un análisis desde los estudios culturales de los memes en internet. Si bien, no estamos hablando de un análisis sobre la etnografía virtual, sí realiza un trabajo que requirió su inserción en el ciberespacio y muestra una forma de entender los discursos y semántica de los memes que se comparten en la web. Teoriza y contextualiza a estas imágenes, así como determina discursos y su impacto en la sociedad para destacar su importancia y reproducción. Desarrolla herramientas y dispositivos metodológicos que le ayuden al acercamiento a su objeto de análisis.

Por su parte, la compilación "Investigar las redes sociales. Comunicación total en la sociedad de la ubicuidad", coordinado por Octavio Islas y Paola Ricaurte (2013), si bien, tampoco está estrictamente enfocada en la parte metodológica, sí contiene textos que abordan el estudio de las redes sociales como elementos para entender la realidad de la sociedad actual. En esta obra se discuten las formas de acercamiento a las redes, sobre periodismo y otras miradas para entender el fenómeno de las redes sociales.

El estudio de los espacios virtuales está en boga, lo que enfatiza la relevancia de la investigación dentro de estas nuevas herramientas comunicativa-informacionales de prácticas y presentación social. Entonces, una investigación de este tipo, ayuda a entender cómo se dan las transformaciones en el ámbito social acorde a las situaciones globales, donde la presencia y el uso de herramientas tecnológicas es uno de los elementos que mayormente representan las transformaciones actuales. A su vez, la interacción, organización de individuos y flujos informativos mediante espacios virtuales propician prácticas y significaciones que día con día se transforman y reestructuran a la sociedad. La tecnología siempre está modificando a la sociedad en diversos aspectos de la vida cotidiana. Acercarse a esto es labor de las ciencias sociales y humanísticas para la comprensión del mundo contemporáneo.

Por otro lado, aunque el estudio de los procesos socioculturales a través de plataformas digitales no es algo netamente actual en el ambiente de la investigación social, este trabajo se hace relevante porque, abordará elementos como la identidad y el consumo cultural dentro de espacio virtual desde la óptica de los estudios regionales y destacando el valor de la exigencia interdisciplinaria, lo que permitirá entender nuestro objetivo de estudio desde diferentes perspectivas de conocimiento.

## **CAPÍTULO 1 – TECNOLOGÍA Y SOCIEDAD EN LA ACTUALIDAD**

Se ha hablado sobre la forma en que la tecnología toma partida en la vida de las personas y se convierte en un objeto de estudio con muchas aristas. Para reafirmar esta apreciación, el presente capítulo sirve como marco contextual del objeto de estudio, por lo que se hace una revisión donde se presentan tanto datos estadísticos del uso de internet y redes sociales, así como características y demás especificaciones de las mismas; y en particular de *Facebook*. Para cerrar, se revisan algunas investigaciones sobre redes sociales en internet, uso de la tecnología y otros elementos más que aborda este trabajo de investigación y que sirven para entender cómo se ha indagado académicamente sobre redes sociales.

### **1.1 Tecnología y vida social**

Con el paso del tiempo, muchas de las acciones y relaciones van cambiando acorde a las situaciones que se presentan en la sociedad. La tecnología forma parte de la vida de las personas de manera importante y va creciendo su impacto en diversos aspectos de la vida. Así, internet es uno de los elementos más utilizado para cumplir diferentes tareas día con día.



De acuerdo con el Instituto Nacional de Geografía e Historia (2018), entre las principales actividades de los usuarios de Internet en el año 2017, se encuentran (en orden descendente por su importancia): obtener información (96.9%), entretenimiento (91.4%), comunicación (90.0%), acceso a contenidos audiovisuales (78.1%) y acceso a redes sociales (76.6 por ciento); este último porcentaje destaca la relevancia del aspecto social dentro de internet.

Además, datos del 14° Estudio sobre los Hábitos de los Usuarios de Internet en México, hecho por la Asociación de Internet (2018), revelan que el tiempo promedio diario dedicado a conectarse a internet es de 8 horas y 12 minutos. Este mismo estudio, menciona que dentro del uso que se le da a internet, el 89% de las personas lo utiliza para acceder a redes sociales, donde *Facebook* es el espacio de sociabilización que más se utiliza, representando el 98% de usuarios de redes sociales en el país, seguido por *WhatsApp* con un 91% de uso. Así, cada usuario dedica en promedio 3 horas con 28 minutos (AMIPCI, 2018) diariamente al uso de las redes sociales, lo que representa un 40% del tiempo promedio diario de uso de internet. Esta información refuerza la relevancia que tiene el otorgamiento de tiempo y espacio constante al consumo de contenidos y socialización a través de internet.

El usuario en *Facebook* tiene diversas interacciones socioculturales dentro de la red, mismas que se acompañan de contenidos que le permiten relacionar y contrastar su formación cultural, social, educativa, ideológica y algunas más, con aquellos contenidos diversos que se encuentran en la red; esto implica la vinculación del mundo real con el del ciberespacio, ya que como afirma Jesús Galindo: “Las redes sociales tienen un doble aspecto, el de convención pre ciberespacial y de novedad ciberespacial” (p. 207). Así, en *Facebook*, los procesos sociales, las identidades, las ideologías y las interacciones, que un usuario lleva consigo, sirven para entender cómo se desenvuelve una persona en este tipo de espacios ya que las constantes variantes en los usos y las múltiples inserciones en la vida cotidiana, han generado nuevas concepciones en las relaciones humanas y el desarrollo individual y colectivo.

Al respecto Crhistakis y Fowler (2010) afirman que: “los cambios en la tecnología pueden estar alterando la forma en que vivimos dentro de nuestras redes sociales” (p. 220). Y es que todo proceso social se ve adoptado y adaptado al entorno tecnológico virtual. Por su parte, Area y Pessoa (2012) comparten igualmente esta visión de adecuación al entorno tecnológico cuando consideran que “las TICs han generado o acelerado una revolución de gran alcance en las sociedades actuales, la cual gira en torno a la transformación de los mecanismos de producción, almacenamiento, difusión y acceso informativo; en sus formas y flujos comunicativos” (p. 14).

Luego entonces, los usuarios se posicionan en un ambiente cibercultural bastante grande y constante, el cual es delimitado por esas mismas actividades y sus múltiples formas de presentación. La cibercultura enmarca su vida y otorga elementos propios de su cultura. Silver (1996) la define como: “una colección de cultivos y productos culturales que existen en, y/o son posibles gracias a, la Internet; junto con las historias contadas acerca de estos cultivos y productos culturales” (párr. 7). La cibercultura es entonces el resultado de la generación de elementos culturales del mundo físico que son adaptados al entorno tecnológico los cuales se transforman, fusionan o hibridan conforme a las herramientas y particularidades de uso más constante (ver más en apartado 2.1).

De esta manera, el mundo virtual es actualmente una especie de vorágine sociocultural, repleto de información y prácticas que han llevado a la transformación de actividades, percepciones y significaciones del ser humano y de su entorno, tanto dentro de la dimensión virtual, como en su mundo físico. Por ello, se percibe una retroalimentación entre ambos mundos, tal como afirma José Van Dijck (2016) al mencionar que “la tecnología influye en la socialidad, tanto cuanto la socialidad influye en la tecnología, conforme a un proceso que es posible rastrear en las reacciones de los usuarios” (p. 62).

Como ya hemos mencionado, la actividad más común de los jóvenes al usar internet es el acceso a redes sociales, donde *Facebook* es el espacio de

---

sociabilización que más se utiliza en el país, con un porcentaje muy amplio<sup>1</sup>. Por sus características particulares, *Facebook* está lleno de un gran número de interacciones y flujos comunicativos que generan diversas representaciones y apropiaciones, los cuales evidencia elementos identitarios de los usuarios, tal como lo afirman Moya y Vázquez (2010) cuando analizan de manera interesante cómo se generan “negociaciones y apropiaciones que dan cuenta de diversas representaciones sobre internet” (p. 79) y en diversos espacios virtuales como *Facebook*. 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<sup>2</sup>, de lo cual se hablará más en apartados posteriores.

Así, cada usuario tiene un poder de gestión sobre su cuenta, una especie de poder de selección informativa por lo que coincidimos con Campos (2012) en cuanto a que, los usuarios son capaces de decidir qué ven, qué escuchan, qué escriben, o a quién siguen. O sea, se vuelven editores de su espacio, de sus conversaciones, de sus fuentes informativas. Esto conlleva el control de los usuarios de internet sobre aquello que les interesa de la web; por lo que sus afiliaciones y acciones dentro de lo virtual están enmarcadas en aspectos de interés, conocimiento y formación socio cultural previas, emanadas en el mundo real.

Constatamos entonces que, uno de los principales espacios dentro de la *web* para lograr estos cometidos son las redes sociales, las cuales están enfocadas actualmente y en gran medida a la socialización; pero ellas han ido adaptándose como resultado de nuevos enfoques, exigencias, intereses y/o necesidades de los usuarios. Así, en el siguiente apartado discutimos más detalladamente sobre éstas.

---

<sup>1</sup> Para más información estadística consultar el 14° Estudio sobre los Hábitos de los Usuarios de Internet en México hecho por la Asociación de Internet (2018).

<sup>2</sup> Como ya se ha mencionado, “las marcas, los negocios, las organizaciones y los personajes públicos usan las páginas para tener presencia en *Facebook* y los perfiles representan a personas. A las personas que les gusta una página reciben actualizaciones en la sección de noticias” (*Facebook*, 2017).

---

## 1.2 Redes sociales

Si bien, la investigación que aquí se presenta está enfocada en el mundo virtual, la estructuración y funcionamiento de las redes sociales en internet toman su base en la estructuración de red social desde el mundo físico, donde hay interacciones sociales que evolucionan desde tiempos remotos.

Por ello, el origen del estudio de las redes sociales parte desde un enfoque sociológico y antropológico, cuando se busca entender a la sociedad en conjunto por las interacciones y vínculos entre actores. Según B. Gandlgruber y Q. P. Ricaurte (2013) la teoría de las redes sociales analiza un conjunto de elementos sociales acorde a los actores y sus vínculos. Así mismo, estos autores destacan la importancia de teóricos como Milgram (1969), Granovetter (1973), Wasserman (*et al.*, 1995) y de Borgatti (2009), como algunos de los que han hecho aportaciones al estudio de las redes sociales. Inclusive, Lozares (1996), hace también una contribución importante al entender cómo se han estudiado las redes sociales desde un plano físico y suma una perspectiva inclusiva de más disciplinas inmiscuidas en el estudio de las mismas, por lo que desde el análisis hecho a J. Scott (1991), Lozares articula visiones de tipo antropológico, psicológico, sociológico y también matemático.

Por su parte, Rejó (2014) establece que “el término red social fue acuñado por el antropólogo inglés Bott (1971) para quien resultaba imprescindible considerar como lazos externos, a familiares o aquellos miembros pertenecientes a un grupo social” (párr. 7). De acuerdo con Lozares (1996), las redes sociales son un conjunto de interacciones y situaciones en la sociedad, grupos de acción en ciertos casos y que comparte o muchas veces buscan un cierto fin o bien común. Respecto a la red social, Julio L. Aguirre (2011) la como “una estructura social compuesta por un conjunto finito de actores y configurada en torno a una serie de relaciones entre ellos, que se puede representar en forma de uno o varios grafos” (p. 15). Así, entendemos a las redes sociales como un conjunto de personas con las que se comparten elementos comunes; y que se manifiesta

---

mediante las conexiones de los mismos que van de la mano de interacciones e intercambios constantes y de diversa índole.

Entre los principales elementos que componen una red social se encuentran los nodos y las conexiones entre los mismos –que son los actores o individuos participantes en la red–, así Gandlgruber y Ricaurte, 2013 afirman que: “los principales elementos de una red social son entonces los nodos asumidos como individuos u organizaciones y las relaciones entre los nodos de diversa índole [interacciones, flujos de valor, poder, consultas etc.]” (p. 52). Compartiendo esta visión y sumándose a ella, Aguirre (2011) considera que así como los actores y las conexiones entre los mismos son elementos primordiales de las redes sociales, también el límite que tiene una red es un elemento de gran importancia, ya que es el parámetro que define la pertenencia o membresía de quienes participan en la red y muestra el cierre social que tiene, así el mismo Aguirre (2011) dice que: “El límite de la red debe guardar una estrecha relación lógica con la relación que constituye esa red, ya que es el tipo de relación el que determina qué sujetos participan de ella” (p. 26). En consecuencia, entendemos que las relaciones humanas se dan con base a la estructura y nodos de interacción que tienen, así como lo que circula dentro de la misma. Esto funciona para analizar los comportamientos y posibles manifestaciones que un grupo social puede llegar a tener en torno a diferentes circunstancias, tal como consideran Pérez Salazar y Aguilar Edwards (2012), por lo que va a constituir un grupo heterogéneo de perspectivas y enfoques conceptuales que se da por relaciones en diferentes niveles de interacción, así como ciertas influencias de acuerdo a las percepciones, cogniciones o las acciones de los sujetos que forman parte de la red.

De acuerdo con Flores (2007, basándose en Sabourin, 2002), las redes sociales pueden ser formadas por relaciones económicas –como las redes de comercialización–; o por relaciones con base técnica –como las redes técnico económicas, las redes de diálogo y las redes socio-técnicas–. Ellas se constituyen en nuevas formas institucionales que permiten procesos innovadores así, cuantas más conexiones tienen, permiten mayormente la colectividad. Y es que

es indudable que todas las personas estamos constantemente creando vínculos y relacionándonos con otros; por lo que podríamos decir que la formación de redes sociales es algo innato al ser humano, por ello, se considera relevante lo que ha afirmado Requena Santos (1989): “En nuestra vida diaria continuamente estamos formando, generando y construyendo redes sociales. En multitud de situaciones usamos como referencia de nuestra conducta a otros, y otras veces los demás nos usan como referencia de sus actuaciones” (p. 46).

Por otro lado, todo estudio social, requiere atención no sólo en quienes son partícipes de los fenómenos; sino también en cómo crean esas relaciones que dan sentido a mucho de lo que ocurre entre los miembros, a esto Aguirre (2011) menciona que: “Para que una red social sea analíticamente relevante, esta debe configurarse en torno a relaciones regulares que efectivamente logren influir en el comportamiento de los actores, generando patrones específicos de conducta acorde con pautas propias de estas relaciones” (p. 16). Así, entender cómo funcionan las redes sociales es una labor que requiere una perspectiva de análisis puntual sobre la construcción social y las interacciones, por lo que retomamos a Levato (2013) al decir que: “Las redes sociales gozan de una estructura y una morfología propia, cuyas cualidades, evidencian importantes aplicaciones para el análisis e interpretación de las conductas sociales” (p. 66).

Para analizar las redes de una manera que permita abarcar diversos aspectos, es necesario poner énfasis en las características de las relaciones y en la morfología de cada una, tal como comprende Aguirre (2011), donde si bien, los actores de dicha red no dejan de ser importantes, los enlaces y sus posiciones son los que le dan sentido a la misma.

Ahora bien, poder entender las redes sociales en la actualidad es una tarea compleja, ya que como se ha revisado en este trabajo (ver apartado 1.1), la sociedad actualmente está inmersa en un ambiente tecnológico que propicia adopción y adaptación de prácticas que llevan a reinterpretar y constantemente tener nuevas situaciones, donde la reformulación de esas relaciones sociales, tienen múltiples usos y funciones de parte de sus miembros; sobre todo son una

oportunidad de expresar, de conectar con más personas, de compartir y de reafirmar identidades, a esto Constante (2013) expresa que:

las redes sociales están conformadas de tal manera que uno pueda ahí mismo discutir, proponer, hacer movimientos, protestar, increpar, demostrar nuestra inconformidad, asociarnos en grupos, en células de identidad que apuestan por lo mismo, hacer bloques, conformar un iridiscente haz de desconcierto y cuya efectividad puede ser igual a cero (p. 15).

Por ello, es necesario entender el papel de las redes sociales dentro del plano virtual, por lo que a continuación, revisaremos cómo se manifiestan las redes sociales actualmente haciendo uso de las herramientas tecnológicas que permiten la vinculación y múltiples interacciones sociales sin la necesidad de una presencia física.

### ***1.2.1 Las redes sociales y otras plataformas virtuales***

Los múltiples espacios que pueden encontrarse en internet son más que páginas con información. Existe una amplia variedad de plataformas con diferentes contenidos y diversos usos. Al hacer una exploración del ciberespacio, constatamos que existen páginas informativas –empresas, ONG’s, medios de comunicación–, blogs –espacios para uso individual–, wikis, foros de discusión, aulas virtuales, plataformas educativas, documentos en línea y los sitios favorecedores de redes sociales.

Ricaurte y Ortega (2010) destacan que el uso que cada usuario hace de las plataformas virtuales que se enfocan en las redes sociales, es determinado por las características sobre todo demográficas y rasgos coyunturales del mismo, lo que implica una combinación de factores como la edad, los contactos, el nivel socioeconómico, la ubicación geográfica, las posturas ideológicas, etcétera. Así, cada perfil tiene un propio fin. En concordancia, Levy (1999) afirma que el mundo de lo virtual no es una oposición al mundo real, sino a lo actual, ya que “lo virtual viene a ser el conjunto problemático, el nudo de tendencias o de fuerzas que

---

acompaña a una situación, un acontecimiento, un objeto o cualquier entidad y que reclama un proceso de resolución” (p. 11). Esta resolución para él, es la actualización, la constante de estar actualizándose y entendiendo un mundo que se transforma día con día. Así, las redes sociales virtuales representan un sinfín de situaciones problemáticas no como algo negativo, sino como algo que requiere atención y desmenuzamiento con base a una actualización constante.

De esta forma, parte de entender a las redes sociales virtuales deviene de comprender lo que son las redes sociales (ver apartado 1.2) en el mundo físico – o real– y cómo se constituyen, ya que como menciona Galindo Cáceres (2013), “Los lazos fuertes previos al ciberespacio son los que mantienen sus redes sociales. Continuidad de la vida online de la vida offline. Reforzamiento de lazos preexistentes” (p. 32). Sumado a esto, Levato (2013) describe a las redes sociales como “un conjunto de puntos (actores sociales) vinculados por una serie de relaciones que cumplen determinadas propiedades” (p. 66) y hace una distinción de tipos de redes basada en las circunstancias de su existencia y de alguna forma, sus objetivos y pueden ser por:

- Por filiación: aquellas que se generan de forma espontánea en los grupos y cuya presencia imprime un clima de camaradería e identificación
- Por contexto o demanda: aquellas que responden a las funciones propias vinculadas a un cargo o a un grupo de ellos, la misma labor genera la integración de estas redes y las pone en movimiento
- Por conocimiento: las redes que expresan intereses propios de una organización, pero con un alto grado de interés personal y se generan para agregar valor a los procesos, mejorarlos o crearlos. (Levato, 2013, p. 66)

Luego entonces, hay que considerar las redes sociales dentro de lo virtual, como una mezcla de redes entre las de filiación y por conocimiento; atendiendo al hecho de que se ha destacado su importancia al usar internet, su espontaneidad, así como la relevancia que tienen tanto la identificación como los intereses comunes al momento de ser utilizadas, ya que estos aspectos funcionan como guías o determinantes de la utilización que se le dará al espacio. Bustillo (2013) menciona que las redes sociales son los nuevos espacios de opinión, donde



las voces se masifican, donde se narran historias y se piden colaboraciones. Espacios de encuentro donde la respuesta es casi inmediata, existe un acompañamiento del otro, que aun cuando no está en tu espacio físico inmediato, está presente dentro de un espacio virtual que te acompaña en todo momento y todo lugar con la única necesidad de una conexión *web*.

Además, existen muchas opciones en el uso de internet que se han ido modificando y reestructurando para y por el interés de los usuarios. Así, encontramos plataformas de redes dedicadas a la sociabilización y consumo informativo como *Facebook* y *Twitter*; otros espacios enfocados a videos como *YouTube* o *Vimeo*; a la música como *Spotify* o *Deezer* –que no son redes como tal, pero sí plataformas de seguimiento, intercambio y distribución musical–; a la fotografía como *Instagram* o *VSCO* –aplicaciones para dispositivos móviles que pueden cumplir el papel de galería y a la vez red de intercambio de imágenes y audiovisuales–; o bien, otras un poco más enfocadas a las cuestiones profesionales como *LinkedIn*. Cada una de ellas cuenta con todo tipo de usuarios que va desde los perfiles personales hasta los colectivos o empresariales y se ha hecho una constante la presencia en varias redes al mismo tiempo.

Estas plataformas de redes sociales -también llamadas solamente ‘redes virtuales’ o ‘redes digitales’ y como se llamarán en adelante, son espacios destinados a la interacción y expresión social; donde se gestan flujos informativos y de comunicación. Sus características propias le otorgan un sentido de uso y además generan apropiaciones y determinadas consecuencias tal como asevera Levato (2013) al aseverar que “las redes sociales gozan de una estructura y una morfología propia, cuyas cualidades, evidencian importantes aplicaciones para el análisis e interpretación de las conductas sociales” (p. 66).

Si bien, las redes son utilizadas con diversos fines, es importante señalar que también llegan a tomar control sobre situaciones, sobre todo cuando fungen un rol específico vinculado a la comunicación, porque tal como lo aprecia Avogadro (2010), las redes toman poder en sí mismas al ser internet un medio de comunicación con omnipresencia utilizado en tiempo real por usuarios heterogéneos con diversas cualidades y capacidades y esto se refleja en la

capacidad para generar opiniones e información, no siempre verificada, o bien con vacíos; y esto se refuerza más con las herramientas multimedia que cada red social tiene para su máximo aprovechamiento, a lo Van Dijck (2016) menciona que:

Uno de los cambios fundamentales reside en que, debido a los medios sociales, estos actos de habla casuales se convirtieron en inscripciones formalizadas que, una vez incrustadas en la economía general de los grandes públicos, adquieren un valor distinto. Enunciados que antes se emitían a la ligera hoy se lanzan a un espacio público en el que pueden tener efectos de mayor alcance y más duraderos. Las plataformas de los medios sociales alteraron sin duda alguna la naturaleza de la comunicación pública y privada (p. 22).

Las redes sociales en la actualidad desempeñan un papel dentro de todo el ámbito y desarrollo social que no puede ni debe pasar desapercibido ya que su uso está presente en diversos momentos y espacios. Beatriz Fainholc (2011) menciona que las redes sociales en internet se han vuelto un “fenómeno socio electrónico contemporáneo que replantea la vida diaria en sus formas básicas de comunicación, interacción y producción de saber, mediado por TIC. Pueden ser beneficiosas y limitadas, pero nunca panaceicas” (p. 1). Y es que en efecto, tener tantas posibilidades en las redes sociales no significa un mayor aprovechamiento de las oportunidades y herramientas, pero sí ha logrado una mejora en aspectos de comunicación e inmediatez, lo que constituye que cada usuario tiene al alcance un ilimitado de información y de posibilidades de presentación en la *web*, todo desde su propio control, como lo mencionan Ricaurte y Ortega (2010): “el acceso a la mayor parte de recursos multimedia, que pueden ser agregados y añadidos a la página del usuario para construir una imagen, para compartir información, puntos de vista o referentes con el círculo que constituye su red social” (p. 75).

Al respecto, Manuel Castells (1997), afirma que “las redes son estructuras abiertas, capaces de expandirse sin límites, integrando nuevos nodos mientras puedan comunicarse entre sí, es decir, siempre que compartan los mismos códigos de comunicación” (p. 550). Además, dentro de las redes sociales, las

interacciones producen encuentros y divergencia de opiniones y expresiones, lo que se refleja en múltiples intercambios de códigos y simbolizaciones que pueden ser empáticos o diferentes, pero que finalmente están conjuntando algún tipo de similitud (que puede ser un tema específico). Y es que, tal como dice Martínez Fuentes (2011), las redes en internet son espacios para la información, para flujos de comunicación, la organización, colectividad, intercambios, interacciones dado que: “son un instrumento esencial de expresión, información y comunicación horizontal y transfronterizo [...] conllevan un fuerte potencial movilizador en la gestión colectiva de situaciones de crisis” (p. 107).

Además, es importante hacer énfasis en que, el uso de herramientas tecnológicas como las redes sociales, trae consigo cambios importantes no sólo en las prácticas y acciones, sino también en las mismas estructuras sociales; así, de acuerdo con Castells (1997), la comunicación a través de estas plataformas genera organización social que lleva una amplia dispersión de comunidades en lo virtual. Y es que, tal como afirman Ricaurte y Ortega (2010) “los sitios de redes sociales han demostrado su efectividad como medios de organización ciudadana más allá de los límites geográficos y físicos” (p. 73). Y cuando establecen patrones de organización colectiva, su impacto social es destacado. Tal como lo entiende Galindo Cáceres (2013), “la Internet también es una configuración de civilización, y en particular los servicios de redes sociales pueden ser claves en la construcción de nuevas relaciones sociales de convivencia civilizada” (p. 32). Por ello, la necesidad de estudiar y entender estos espacios en la web, lo que se ha vuelto tarea necesaria para consolidar el conocimiento sobre el impacto tecnológico en la vida social, a lo que Galindo Cáceres (2013) afirma:

Existen varios tipos de nuevas redes sociales en el momento actual, redes educativas, redes profesionales, redes de innovación, redes de entretenimiento, redes ciudadanas, redes de socialización, y otras. El fenómeno está aún en emergencia y ocupando nuevos nichos de actividad a partir de diversos intereses y connotaciones de grupo. Pero entre todas ellas es *Facebook* la reina, el gran fenómeno de las redes sociales en el ciberespacio (p. 32).

Así es como destacamos la importancia de un espacio como *Facebook* dentro de las interacciones sociales y que va más allá de simples flujos informativos y ‘creación amistades’. Por ello, en los siguientes apartados se revisa más detalle las características de *Facebook*, su funcionamiento y los acercamientos de esta investigación académica para un mejor entendimiento del contexto de este trabajo.

### **1.3 Facebook**

*Facebook* es más que una plataforma de red social. *Facebook* provee de diferentes opciones y herramientas dentro de su interfaz que permiten al usuario generar muchas acciones y llegar a diferentes alcances. Su evolución ha sido una constante de adaptaciones a las necesidades y exigencias de los usuarios y de las circunstancias sociales, políticas, comunicativas, económicas y territoriales a nivel global.

Esta red se ha establecido como la red social más importante en el mundo y su uso se expande a diversos sectores y estratos sociales. Tanto jóvenes como adultos mayores hacen uso de la red –con sus respectivas diferencias en intereses–, pero ha sido un instrumento que permite el contacto directo con millones y millones de personas en todo el mundo, borrando fronteras territoriales y lingüísticas. *Facebook* puede definido por Bustillos (2013) como la red social

Donde se reúnen contactos- amigos-conocidos en torno a la socialización, al intercambio continuo, pero cuando sus integrantes se agrupan en torno a intereses, gustos y experiencias en común, se convierten en comunidad virtual, en esta red se llaman grupos, donde comparten sus intereses/ aficiones, mediante la publicación de vídeos, fotos, opiniones, intercambio de conocimientos, que es de su interés (p. 82).

De acuerdo con Salinas (2017), el origen de esta red se remonta al año 2004 cuando Mark Zuckerberg era estudiante de la Universidad de Harvard, y junto a otros compañeros, crearon un sitio web llamado *Facemash*, el cual presentaba fotos y nombres de estudiantes de la universidad. El sitio se popularizó en pocas horas y fue llegando a otras universidades para que poco tiempo después se convirtiera en el gigante mundial de las redes sociales. Para el año 2007, la red social comenzó su expansión para América Latina y España, poniéndose en marcha su traducción al español con voluntarios.

En 2008 *Facebook* llegó a 100 millones de usuarios a nivel mundial y lanzó el chat, el muro y su aplicación para dispositivos iOS<sup>3</sup>. Para el siguiente año, 2009, hizo su aparición el emblemático botón de 'like' que a la postre, se convertiría en uno de sus principales símbolos. En 2011, el director de cine estadounidense David Fincher realizó la película de *Facebook*, *The Social Network* (2010), que narra la historia de la red social y enfatiza el impacto que ha tenido en el mundo. En 2012, *Facebook* compró la aplicación móvil *Instagram* y en 2014 el servicio de mensajería móvil *WhatsApp* por 16 000 millones de dólares. Para 2016 se lanzó *Facebook Live* como la opción de video en tiempo real de la red para todos los usuarios, ya que en un principio estaba disponible como *Live for Facebook Mentions* para cuentas verificadas de celebridades, personajes públicos y periodistas. En 2017 alcanzó 2.000 millones de usuarios activos al mes en todo el mundo, cifra que lo reafirma como la red social más importante en todo el mundo y como uno de los principales sitios web que son más utilizados. Para mayo de 2018, *Facebook* confirmó el plan de crear un nuevo servicio de citas a través de la misma red, pero funcionando de manera de independiente, posibilidad que ha surgido como una aplicación dentro de la red llamada 'parejas' y que busca conectar a personas a través de intereses afines.

En la actualidad, el acceso a *Facebook* es través de diferentes dispositivos con conexión a Internet: como computadoras, teléfonos inteligentes, tabletas y más. Debe hacerse un registro con una cuenta de correo electrónico para crear

---

<sup>3</sup> Sistema operativo de dispositivos móviles de la marca Apple.

un perfil personalizado con información sobre el usuario que debe incluir su nombre y opcionalmente ocupación, escolaridad, lugar de origen y más datos personales. Una vez que la persona tiene una cuenta personal, es posible hacer publicaciones actualizadas de estado, compartir fotos, vídeos y enlaces, además de hacer uso de varias aplicaciones de software (apps de juegos, música, información, etcétera) dentro de la misma red y tener notificaciones para él mismo usuario, así como de otros. Los usuarios agregan a su red personal a otros usuarios como ‘amigos’, y pueden con ellos intercambiar mensajes y otros contenidos. La esencia es generar una red social en el mundo virtual.

Básicamente, el funcionamiento de *Facebook* está enfocado en la socialización a través del intercambio de información. Sin embargo, la gama de herramientas y posibilidades de uso es muy amplia y va haciéndose más y más grande conforme surgen nuevas exigencias por parte de la audiencia y del entorno social, político, cultural, económico y mediático. Por ello, en los siguientes apartados revisaremos más a fondo las características de *Facebook*.

### **1.3.1 Generalidades sobre Facebook**

Como ya se ha mencionado, las redes sociales tienen características particulares que las distinguen de otras y les otorgan ese *plus* que gusta e interesa para la acumulación de usuarios. Las redes tienen usos variados y como dicen Ricaurte y Ortega (2010), estos usos “permiten la expresión de emociones y afectos, el performance de identidades múltiples y versátiles, el establecimiento o re-establecimiento de contactos, la construcción de una imagen pública, el entretenimiento, la organización civil, entre otras” (p. 76).

El uso de *Facebook* está basado en las diferentes herramientas de las cuales ha ido conformándose con el paso del tiempo. Pasó de ser una red para exponer fotografías de personas y decidir si gustaba o no la foto, a generar actualmente incluso ventas *online* y exposición publicitaria. Por su parte, Galindo Cáceres (2013) menciona que *Facebook* es un alfabetizador fácil, con arquitectura simple,

una convergencia digital alta y sencilla. Promueve un tipo de cultura acerca de lo fácil, lo divertido, lo accesible: “*Facebook* es el nicho perfecto de una nueva cultura emergente, todo en retazos, integrado en forma efímera, siempre en movimiento, sólo tocando la superficie” (p. 32). *Facebook* está por encima de otras plataformas de redes sociales debido a que permite no sólo la socialización, sino también publicidad, ventas, calendarios de eventos, integración en grupos de intereses similares, video en vivo y más. *Facebook* se está utilizando como una base de datos informal acerca de prospectos. Inclusive, Ricaurte y Ortega (2010) mencionan que en Estados Unidos, cada vez es más común que empleadores accedan a los perfiles de sus empleados para conocer más sobre su vida personal, sus redes, su perfil social, sus intereses en la red y más, lo que representa cierta violación a la privacidad, dado que el uso libre personal se ve afectado al ser un foco de exposición pública y que podría tener implicaciones en el ámbito profesional si no se logran marcar límites de alcance e vinculación entre la vida privada y la profesional, sobre todo por cuestiones ideológicas, de intereses, gustos o aficiones.

Ahora bien, es importante aclarar también que el hecho de contar con la posibilidad de utilizar *Facebook* como una herramienta particular, no significa necesariamente cerrar los modos de expresión o el alcance de la comunicación plasmada, ya que, el tener un amplio margen de alcance global, permite generar discursos (ver más sobre ciber contenidos en apartado 2.6) y mensajes que pueden ser entendidos de manera global gracias a la herramientas que la misma red propicia, tales como las emociones, expresiones mundiales como ‘hola’, ‘adiós’, ‘ok’ y más, por lo que compartimos la idea de Ricaurte y Ortega (2010) quienes afirman que: “*Facebook* es un sitio que permite la construcción de la afectividad y de la emoción a través de la articulación de varios lenguajes: el visual, el auditivo, el textual” (p. 76). Además, la posibilidad de mostrar información particular dentro de las redes sociales en internet es una opción que cada usuario determina. Esto es también una forma de presentación individual frente al mundo virtual, por que Vanina Levato (2013) dice que: “las redes sociales, y en particular *Facebook*, ofrecen usar datos reales, verídicos,

---

posibilitando así la revelación de las condiciones de producción de nuestros discursos y el desglose de nuestra subjetividad para transformarnos simplemente en nodos interrelacionados” (p. 71). El uso debería ser individual y motivado por los mismos intereses y gustos de cada usuario.

Al describir las características de *Facebook*, uno de los académicos investigadores más especializados en el tema de internet y redes sociales en México, Raúl Trejo Delarbre (2014), enlista una serie de rasgos de posibilidades de contemplación e interacción que puede haber en *Facebook* (algunos con acentos específicos y también aplicables para el uso de internet en general), estos son:

- Divagación y hallazgos. En *Facebook* hay encuentros y búsquedas que se gestan en todo lugar del mundo físico. Además de las posibilidades de conversación, de juegos, de consulta informativa, comprar, divulgación y más.
- Reciprocidad y almacenamiento. *Facebook* se vuelve un álbum fotográfico, un calendario, un tablero de avisos, cine y más. Son muchas las posibilidades inmediatas que la red ha creado y otorga a sus usuarios.
- Mensajes y avisos. La comunicación es básica en *Facebook*. Se pueden compartir notas, mensajes extensos, públicos o privados, breves opiniones o conversaciones extensas, todo con la posibilidad de compartirse mundialmente.
- Réplicas del lenguaje coloquial y corporal. Existen gestos verbales, representaciones gráficas de emociones, ademanes y señas. Existe la posibilidad de expresión de diferentes formas, se ha pasado la barrera de la sola imagen, video o letras.
- Ayuda de memoria. *Facebook* recuerda fechas, eventos, lugares. Es una agenda para los usuarios.
- Civismo y activismo. Expresiones sociales y políticas están siempre presentes. Hay expansión de influencias ideológicas y de compartición



de opiniones al respecto encuentran un espacio adecuado para su propagación. Es una nueva forma de participación social y compromiso políticos del que todavía van gestándose sus resultados a través del tiempo.

- Afición y creación. En *Facebook* se refleja y se proyecta la cultura contemporánea. Hay simpatías, gustos, fanatismo, empatías. Es un espacio para la conjunción de este tipo de actividades por elementos culturales, deportivos, de la farándula y más. Y así como la opción de caja de resonancia de creación artística.
- Construcción de identidades. Estar en *Facebook* es reafirmar una identidad. Aunque no es obligatorio mostrar definiciones que no se deseen, se toma parte en algún tipo de rasgos que es del cual se parte para presentar una imagen en la red. La identidad que se toma, se reafirma y se pueden enfatizar las afinidades creadas. La construcción de una identidad en *Facebook* es declaración y compromiso público.
- Nivel de privacidad. Esto tiene que ver con la identidad asumida: “Hay que querer ser, para poder estar en *Facebook*” (Trejo, 2014, p. 14). Lo que se quiera exhibir y no, está en la decisión de cada usuario.
- Exhibición y ostentación. Se ha vuelto una tarea importante compartir información sobre uno mismo, pero está la posibilidad de control de lo que se expone y de elección de quién lo ve. Se exhibe tanto como desea minimizar la privacidad.
- Libertad y difusión del pensamiento. Al haber todo tipo de contenidos, las opiniones personales y modos de ver el mundo se vuelven públicos. *Facebook* es un contenedor de información personal e ideológica que cada usuario debe controlar conforme abre la privacidad, pero esto también es un arma de doble filo por la tendencia y el alcance que pudiera tener lo expresado en la red.
- Participación. Aunque internet es totalmente interactiva, se presta también la gran mayoría de las veces para asumir un rol únicamente de

consumidor. En *Facebook* se induce a participar. El diseño del mismo espacio lleva al usuario a actuar y tomar decisiones.

- Relaciones en red. Las relaciones son muy importantes en la red. Se busca hacer “amigos” pero primeramente se reafirman las amistades fuera del mundo virtual. Se cree que es una señal de prestigio tener una lista grande de amigos, pero el hecho de tener una amplia red de amistades no significa tener estrechas relaciones e interacciones con los mismos.
- Confidencias y confianza. Las relaciones dentro de *Facebook* van estructurándose de acuerdo al uso y las interacciones. Se reproducen normas y hábitos que generalmente imperan las relaciones sociales y personales en el mundo físico. Se generan cadenas de relaciones sociales, de intercambios, hay una mezcla de amigos.
- Elección y creación. Es básico para el funcionamiento de la red que se hagan opciones de réplica o de rechazo de contenidos expuestos. Se vuelve una regla “que cada quien aporte su cuota de expresiones y consideraciones, aunque sean tan escuetas como sucede cuando sancionamos lo que han escrito o anunciado otros” (Trejo, 2014, p. 21).

Todos estos rasgos se entremezclan en la red y son similares al funcionamiento de otras plataformas de redes sociales –obviamente con sus debidas diferencias–, y dan un abanico amplio de posibilidades a cada usuario y, por ende, propician conductas específicas en cada uso.

En la actualidad, una característica de la red que está muy presente la de publicidad basada en los intereses de cada usuario. *Facebook* muestra a todos los usuarios publicidad de diversa índole, basándose en páginas que la persona sigue, temas que busca, tipo de información que consume, etcétera. La actividad del usuario tanto dentro como fuera de *Facebook* (aquellas que utilizan los servicios y las tecnologías de *Facebook*, como Messenger, comentarios en páginas web, formularios de inscripción a través de *Facebook* y más) ayudan a la red a

dar información acerca de los anuncios que pueden interesar al usuario, por lo que *Facebook* (2019c) cita,: “Puedes ver anuncios en internet basados en intereses de *Facebook* en la misma plataforma de *Facebook* o en otros sitios web y aplicaciones en los que mostramos anuncios” (párr. 1).

Así mismo, cada usuario tiene la posibilidad de seleccionar el tipo de anuncios que quiere ver y dar una opinión sobre eso, sin poder omitir la opción de eludirlos, ya que *Facebook*, al ser gratuito, tiene sus múltiples elementos extra. Para poder determinar los anuncios que se mostrarán, *Facebook* se basa en: la información que se comparte en la red, datos como edad, sexo, ubicación, tipos de dispositivos de acceso y la actividad en sitios web dentro y fuera (*Facebook*, 2019c).

Los anuncios pueden ser hechos por cualquier usuario, pero desde una página<sup>4</sup> de *Facebook*, las cuales están destinadas principalmente a empresas u organizaciones. Para la administración de los mismos, existe la aplicación *Facebook Ads*, la cual, de acuerdo con el sitio Human Level (2019), da diferentes opciones de producción de anuncios con objetivos y alcances específicos: “*Facebook Ads* es la plataforma de anuncios patrocinados de *Facebook* [...] se ha convertido en una herramienta de marketing online muy valiosa para las empresas ya que permite crear campañas incluso con presupuestos ajustados” (párr. 1). Entre las opciones que permite esta herramienta, están:

- Integración: la publicidad de *Facebook* aparece integrada dentro del resto de contenidos como si fuesen publicaciones realizadas por los amigos o las páginas que sigue el usuario.
- Viralización: los anuncios de *Facebook Ads* funcionan como publicaciones, por lo que se pueden compartir, comentar y hacer ‘Me gusta’ en ellas.
- Análisis: los informes proporcionados por la herramienta nos permiten extraer conclusiones de las campañas realizadas (Human Level, 2019).

---

<sup>4</sup> En el siguiente apartado se habla más a detalle sobre las páginas

De acuerdo con el sitio *Cyberclick* (2019), las ventajas de *Facebook* para el *marketing* digital son: la segmentación del público, la viralización, la interacción, el precio y la medición de audiencias y resultados. Entonces, esto indica la gran capacidad que *Facebook* ha tenido no solamente para entender las exigencias del mercado empresarial que tiene peso a nivel global para los aspectos económicos, sino también desarrollar estrategias y fórmulas adecuadas para entender a su mercado de usuarios y clientes potenciales. Los usuarios dentro de *Facebook* están constantemente expuestos a la publicidad que se adapta a sus gustos e intereses, por lo que la posibilidad de que sea efectiva es muy amplia. Tema aparte es analizar el *marketing* digital como elemento informativo y de seguimiento personal en la web, ya que como el mismo *Facebook* (2019c) lo indica, ellos cumplen con normativas mundiales de organizaciones que desarrollan estándares de privacidad acerca de la publicidad en internet<sup>5</sup>. Algo que va muy de la mano con las opciones publicitarias de *Facebook* para sus usuarios, es la definición de elementos que guían su funcionamiento. Así, dentro de la política de su política de principios de *Facebook* (2019b), menciona que se “promueve la sinceridad y la transparencia ofreciendo a los individuos un mayor poder para compartir y conectarse” (párr. 1). Por lo que se guían por ciertos principios<sup>6</sup> que buscan en su persecución de esos objetivos<sup>7</sup>. Estos son:

- Libertad para compartir y conectarse,
- Propiedad y control de la información
- Flujo libre de información
- Igualdad fundamental
- Valor social
- Plataformas y estándares abiertos

---

<sup>5</sup> De acuerdo con *Facebook*, cumplen con el marco establecido por la Digital Advertising Alliance en EE. UU., la European Interactive Digital Advertising Alliance en Europa y la Digital Advertising Alliance of Canada en Canadá.

<sup>6</sup> La definición específica de cada uno puede leerse en: <https://www.Facebook.com/principles.php>

<sup>7</sup> De acuerdo con *Facebook* (2019b), “la consecución de estos principios debería estar limitada únicamente por la ley, la tecnología y las normas sociales en continuo desarrollo”.

- Servicio fundamental
- Bienestar común
- Proceso transparente
- Un mundo

*Facebook* es una red que busca la cordialidad a través del intercambio de información y el movimiento social con base a la convivencia y las relaciones sociales (Galindo Cáceres, 2013) y a su vez, es una ventana abierta a la violación de privacidad, a la exposición y crítica públicas, así como para la delincuencia y crimen organizado, dado que existe la oportunidad de conocer a víctimas potenciales a través de secuestro, pederastia, trata de personas y más. Dentro de este espacio hay características que lo han llevado a la cima de las preferencias y uso de espacios sociales en la web y además, ha ido modificándose a través del tiempo, las necesidades y las exigencias que los usuarios y clientes van manifestado y requiriendo y que requieren atención inminente en el plano de la seguridad.

### **1.3.2 Principales elementos de FB**

Si bien, ya se han enlistado las características de *Facebook*, también es necesario hablar sobre los principales elementos que componen la interfaz, diseño y opciones de la red. Cada uno de estos elementos cumple con una función específica y, tal como ya se ha mencionado, van transformándose con el paso del tiempo, lo que permite una mejor adaptabilidad al entorno y a los usuarios. Así es como lo consideran Rueda y Giraldo (2016) al mencionar que “el entorno que ofrecen las redes sociales como *Facebook* aprovecha esta nueva condición de nuestras sociedades y la acelera” (p. 122). Además, de acuerdo con Vanina Levato (2013), al entrar a *Facebook*, uno puede encontrarse con determinados

---

elementos<sup>8</sup>, de esos, se han agregado algunos y omitido otros que son pertinentes para entender de mejor forma la constitución, el funcionamiento e interés en la red:

- *Muro*. Es el espacio con el que cuenta cada perfil. Permite la publicación personal y de otros hacia el usuario.
- *Foto de perfil*. Es la fotografía principal de usuario. Es la imagen de su presencia en *Facebook*, como su identificación personal.
- *Foto de portada*. Esta fotografía acompaña a la de perfil y se muestra de mayor tamaño. Da una apariencia de mural, como un diseño personal y vinculado al usuario.
- *Lista de amigos*. La lista de las personas que son amigos del usuario en *Facebook* está disponible, aunque existe la posibilidad de no mostrarla y tenerla en modo privado sólo para determinadas personas o inclusive únicamente para el usuario.
- *Fotos*. Las fotos que se suben, y en las que etiquetan a alguien, son parte del muro de cada perfil y también tiene la posibilidad de ser escondidas.
- *Información de usuario*. En esta sección se puede dar una explicación sobre el usuario, la edad, sus intereses, su ubicación, fecha de nacimiento, lugar de origen, vínculos hacia sitios de interés, situación sentimental, etcétera.
- *Barra de intereses*. Completa la sección de información y presenta de forma clasificada el listado de páginas a las cuales el usuario a dado 'like'; una forma de organizar los intereses del usuario. Entre las categorías se encuentran películas, libros, entretenimiento, videos, opiniones, deportes y más.
- *Feed*. Es la sección donde aparece la información de los amigos y de páginas de interés del usuario. Ahí se desglosa todo el mundo de información al que tiene acceso cada usuario y todo depende de las

---

<sup>8</sup> La autora los denomina "servicios", sin embargo, se ha considerado más adecuado el término "elementos".

relaciones que ha ido consolidando, así como de los intereses que ha marcado al ‘seguir’ o dar ‘me gusta’ a personas o páginas.

- *Messenger*. Esta aplicación de *Facebook* permite el envío de mensajes privados entre usuario de la red. Sirve como chat personal y también permite conversaciones grupales. Se pueden enviar mensajes de textos, links, imágenes, videos, notas de voz, stickers, emoticones, gifs, compartir juegos y también dar likes a la conversación.
- *Eventos*. Este es un calendario personal que enlista eventos al que un usuario es invitado y en los cuales puede confirmar asistencia o interés.
- *Sección de historias*. Parte de las últimas novedades de *Facebook* ha sido incorporar las historias (que han sido exportadas de Instagram). Las historias son pequeños videos o imágenes que tienen una duración máxima de 15 segundos y están públicamente durante 24 horas.
- *Aplicaciones*. Las aplicaciones son opciones de juegos, entretenimiento, información, deportes y más. Son terceros que ponen a disposición del usuario dentro de *Facebook* esta opción de uso. Muchas de ellas tienen acceso a datos del usuario y cierto control sobre la cuenta. Deben configurarse adecuadamente de manera personal para un mejor manejo de la privacidad.
- *Grupo*. El usuario puede crear y/o unirse a grupos de interés. Los tipos son muy variados y depende de la acepción del administrador del grupo cuando éstos son cerrados.
- *Páginas*. Las páginas son perfiles para subir información sobre organizaciones o empresas.

Como ya se ha mencionado, muchas de estas opciones de uso en *Facebook* son utilizadas cotidianamente y pueden ser manipuladas al gusto de cada usuario. Entrando al mundo de *Facebook*, hay un sinfín de posibilidades donde cada persona debe alfabetizarse para su uso, pero sobretodo, explotar tanto como

desea ser parte de la red y adoptarla a su cotidianidad. Sobre la condición de estar en *Facebook*, Bustillos (2013) menciona que:

es como entrar al boulevard, a la casa de los otros, a la plaza de tu comunidad, al mercado, a la calle, en ella encuentras lo que el otro compartió a sus múltiples contactos, esperando la respuesta, el comentario, la aceptación al clicar “me gusta” (p. 86).

Ahora bien, dentro de *Facebook*, es parte muy importante la información que el usuario consume día a día. Si bien, los amigos de cada uno son generadores constantes de diversos tipos de contenidos, mucho de lo que nutre a la red son las páginas o *fanpages*, las cuales como ya se habló, tienen la intención de presentar información de diversa índole, pero con un emisor particular que puede ser una organización o una empresa. Este trabajo de investigación se interesa por los contenidos sobre Chiapas que presentan ciertas páginas dentro de *Facebook*, por ello, a continuación, se habla a detalle sobre las páginas de *Facebook*.

#### **1.4 Páginas de *Facebook***

Tal como ya se he mencionado, las páginas de *Facebook* o *fanpages* son utilizadas para dar a conocer información específica sobre diferentes temas, con contenidos que pueden ir desde comercio, servicios, hasta contener información demográfica, periodística, o bien, elementos socioculturales. Siqueira (2018) las define como:

una página creada especialmente para ser un canal de comunicación con fans dentro de la red social (fan page = página para fans, en traducción literal). A diferencia de perfiles, las fan pages son espacios que reúnen a personas interesadas sobre un asunto, empresa, causa o personalidad en común sin la necesidad de la aprobación de amistad. Es el fan que elige si va o no seguir las actualizaciones de determinada página (párr. 7).



Muchos de estos espacios están ligados a empresas, organizaciones, asociaciones; o bien son creados por personas con intereses particulares para informar, comercializar, entretener, intercambiar etcétera; y están vigentes debido a las visitas e interacciones que los seguidores realizan y a la constante generación y consumo de contenidos, así el mismo *Facebook* (2019a) dice que: “La función de las páginas es ayudar a los negocios, organizaciones y marcas a compartir sus historias y conectar con las personas. Al igual que los perfiles, las páginas se pueden personalizar con historias, eventos y mucho más” (párr. 1). Las *fanpages* están muy ligadas al *marketing online*. Se han vuelto un canal de comunicación muy importante en la red; y propician la interacción hacia las mismas páginas y con otros usuarios. Se han convertido en una vía de atención a clientes, dudas, comentarios; un vínculo de comunicación directo en la *web* pero con las herramientas que *Facebook* pone a su disposición. Así, de acuerdo con Siqueira (2018), algunas de las ventajas o motivos para tener una *fanpage* son:

- *Barreras legales.* *Facebook* tiene claro en sus términos de servicio que cada uno puede tener un solo perfil y que éste debe tener carácter personal, por lo que un perfil de empresa estaría incumpliendo los términos de servicio y, por lo tanto, puede ser eliminado en cualquier momento.
- *Límite de conexiones.* Los perfiles personales tienen un límite máximo de 5 mil amigos. Aunque éste no es un número bajo, tampoco es imposible alcanzarlo. Por ello, las *Fanpages* no tienen ninguna restricción en el número de fans.
- *Pestañas personalizadas.* Únicamente una *fanpage* permite editar pestañas con el contenido que se quiera. Se pueden incluir fotos, videos, foros de discusión, información sobre productos específicos o ventas, eventos y evaluaciones de usuarios. Y también está la posibilidad de crear una aplicación propia si necesitas alguna funcionalidad no ofrecida.
- *Menciones y check-ins.* Los seguidores y otras *fanpages* pueden mencionar públicamente a una página. En un perfil personal, esto sólo se puede hacer por a través de los amigos. Ser mencionado es siempre una forma de aumentar el interés y la interacción no sólo entre los fans, sino también entre otras páginas. Incluso, si la página tiene una ubicación física, la gente puede hacer check-in y mencionar que están en el local.

- *Calls-to-Action*. La posibilidad de crear un botón de *call-to-action* para insertar en la fanpage. Estos botones animan al usuario a hacer clic y realizar una acción, que puede ser pedir información vía Messenger, mandar un mail, visitar un sitio web, etc.
- *Análisis de datos*. Las páginas ofrecen la opción de estadísticas. Éstas dan importantes datos sobre los fans (como ubicación, edad, idioma y sexo) y la repercusión de la página (cuántas personas visitaron, cuales los posts más comentados, cuántas fotos y vídeos fueron vistos, etc.). Todas estas informaciones son inaccesibles para quienes tienen sólo un perfil.
- *Acceso múltiple*. Una de las ventajas de tener una *fanpage* es el hecho de que puede ser administrada por varias personas simultáneamente. Hay niveles de jerarquía en los que cada función tiene un mayor límite de poder sobre las otras. Estos son: administrador, editor, moderador, anunciante, analista y administrador de empleos. Para saber qué funciones puede desempeñar, estas son variables acordes al perfil seleccionado (ver mas sobre roles en el apartado 1.4.1).
- *Anuncios*. Al administrar una *fanpage*, existe la posibilidad de crear una amplia gama de anuncios para alcanzar una mayor audiencia o para promover ofertas específicas. Puede elegirse también un tipo específico de objetivo para la campaña y optimizarla para lograr estos resultados.
- *Facebook Business*. Esta opción de *Facebook*, conocida como *Facebook Business* o *Administrador Comercial*, es una herramienta que se utiliza para la administración de acceso a las cuentas de anuncios y fanpages. (párr. 15)

El perfil más importante para las fanpages es el del administrador. Por ello, en el siguiente apartado se presentan algunas consideraciones importantes sobre este rol, así como se hará una breve revisión sobre los seguidores de las páginas de *Facebook*.

### **1.4.1 Administradores y seguidores**

La creación de una *fanpage* en *Facebook* vas más allá de tener contenidos diversos en la red. Su permanencia e importancia recaen en dos cuestiones:

quién crea y controla los contenidos; y quién consume dichos contenidos y da sentido de existencia a la *fanpage*.

Primeramente, la creación de una *fanpage*, requiere necesariamente de una persona que maneja los contenidos y demás acciones dentro de ella. Schou, (2013) dice que quienes se encargan de los contenidos y demás manejos de las páginas en *Facebook* tienen un rol específico y pueden controlar lo que se publica en la red y todos los permisos de administración<sup>9</sup>: “Una página en *Facebook* puede tener varios administradores y permite asignar diferentes roles a cada administrador, para que sólo tengan los permisos necesarios para desempeñar su trabajo” (párr. 1). Cuando se crea una página, automáticamente el perfil que la hace se convierte en su administrador, lo que significa que puede cambiar el aspecto de la página y publicar en su nombre; por ello, *Facebook* (2019a) aclara que únicamente los administradores pueden asignar y cambiar los roles de otras personas. Los roles que pueden haber en una página son: administrador, editor, moderador, anunciante y administrador de empleos, tal como se puede apreciar en el cuadro 1, junto con las capacidades de uso de cada uno de roles.

---

<sup>9</sup> Cualquiera puede crear una página, pero solo los representantes oficiales pueden crear una página de *Facebook* de organizaciones, negocios, marcas o personajes públicos. (*Facebook*, 2019a)

	Administrador	Editor	Moderador	Anunciante	Analista	Administrador de empleos
Administrar los roles y la configuración de una página	✓					
Editar la página y agregar apps	✓	✓				
Crear y eliminar publicaciones en nombre de la página	✓	✓				
Enviar mensajes en nombre de la página	✓	✓	✓			
Responder y eliminar comentarios y publicaciones realizados en la página	✓	✓	✓			
Eliminar personas y prohibir su acceso a la página	✓	✓	✓			
Crear anuncios, promociones o publicaciones promocionadas	✓	✓	✓	✓		✓
Ver estadísticas	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Ver pestaña "Calidad de la página"	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Ver quién publicó en nombre de la página	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Publicar y administrar empleos	✓	✓				✓

**Cuadro 1:** Roles de página en *Facebook*. Fuente: *Facebook* (2019a).

Como puede apreciarse en el cuadro, cada uno de los roles cumple con ciertas limitaciones en cuanto al uso y control de la página, siendo el “administrador” quien cuenta con todo tipo de permisos y controles. Cada rol puede ser asignado a diferentes usuarios de *Facebook* (quienes necesitan

---

forzosamente un perfil personal en la red social), a lo que Schou (2013), agrega que: “La administración basada en roles es muy útil porque permite asignar a varios *Community Managers* a una misma página sin miedo de que alguno de ellos pueda “robarte” la página o peor aún eliminarla<sup>10</sup>” (párr. 2). Este trabajo de investigación, base cierta parte de su interés en entender la identidad chiapaneca de la comunidad de usuarios de *Facebook* para construir afiliaciones a ciertas páginas y contenidos, basadas en los contenidos. Así, el papel de estos usuarios ha determinado parte importante de este trabajo.

Por otro lado, están quienes siguen y consumen todos los contenidos publicados en las *fanpages*, y sin quienes la página no puede tener permanencia: los seguidores. Un seguidor de una página es una persona que mantiene activa la opción de seguimiento. Se tiene la posibilidad de seguirla para que sus contenidos aparezcan de manera constante en el *feed*<sup>11</sup> o bien, únicamente marcarla como un interés del perfil personal, tal como lo afirma Mejía Llano (2017):

Cuando un usuario de *Facebook* le interesa tu marca o el contenido que publicas en tu página de *Facebook* le hará clic en el botón “Me gusta” de esta. Esto le permitirá al usuario recibir en su sección de noticias la información que se publica en la dicha página. Es importante anotar que la información que publica una marca solo le llega a un pequeño porcentaje de sus “Fans”. El número de “Me gusta” de una página de *Facebook* también es llamado la cantidad de “Fans” y se ha asociado siempre con el tamaño de la comunidad de una marca en *Facebook*. Cuando una persona hace clic en el botón “Me gusta” de la página de *Facebook* de tu marca automáticamente se activará el botón “Seguir” de la página. Si al usuario le gusta tu marca pero no está interesado en tu contenido podría desactivar el botón “Seguir” con lo cual dejaría de recibir en su sección de noticias el contenido que publica tu marca (párrs. 3-5).

---

<sup>10</sup> Estas situaciones, aunque no competen a este trabajo de investigación, es importante remarcar como uno de los problemas comunes que ocurren con las fanpages.

<sup>11</sup> De acuerdo con la página de ayuda de Google (2020, párr. 1 y 2): Un feed es un flujo de contenido por el que se puede desplazar. El contenido aparece en bloques parecidos que se repiten uno después del otro. Por ejemplo, un feed puede ser editorial (como una lista de artículos o noticias) o puede ser una ficha (una lista de productos, servicios, etc.). Los feeds pueden aparecer en cualquier lugar de la página. Nota: En lo que respecta a los anuncios In-feed, un feed no se refiere a los feeds de distribución web como RSS.

---

Así, el interés de este trabajo de investigación recae en quienes independientemente de ser *fans* o no de las páginas estudiadas, las siguen, por lo que están constantemente recibiendo las actualizaciones de dichas páginas. El interés en los contenidos por parte de los usuarios es una de las claves para el constante seguimiento de diferentes tipos de páginas. Y es que es tanta la abundancia de contenidos e información que circula en la red, que el alcance es elevado. Las posibilidades de uso se han extendido no solamente con jóvenes<sup>12</sup> – que son el principal público de *Facebook*– sino también en personas mayores, quienes buscan aprovechar los recursos que las redes sociales potencializan, ya que estas no son exclusivas de los nativos digitales, sino que se han extendido a otro tipo de usuarios, aquellos, que como dicen Ricaurte y Ortega, (2010), “se han incorporado al mundo digital y que pueden aprovechar los recursos que les ofrece la plataforma para establecer redes, no sólo con sus pares –coetáneos–, sino con personas de otras generaciones” (p. 77).

Los usuarios son la pieza clave para *Facebook*. Sus acciones e intereses mueven a la red y le dan sentido, no sólo se trata de utilizar una red para compartir contenidos, sino que busca dar una imagen personal, una presentación personal, por lo que Bustillos (2013) asevera que:

En *Facebook*, como en otros espacios de socialización en línea, los cibernautas buscan: retomar, crear o reforzar contactos interpersonales; demarcar su pertenencia a un grupo o grupos determinados según gustos musicales, deportivos, políticos, religiosos, culturales, etc.; invertir sus horas de ocio y tiempo libre; finalmente satisfacer la curiosidad natural del ser humano por saber más acerca de algo o alguien; no sólo reafirmando sus relaciones sociales, a su vez las relaciones amorosas, ya que publican esos estados, “Soltero”, Comprometido, “es complicado”, “casado” (p. 82).

De esta manera, las páginas en *Facebook* son espacios que permiten a los usuarios informarse y consumir diversos tipos de contenidos. Esto ha llevado a buscar entender a la red como un espacio heterogéneo y singular, que tiene un

---

<sup>12</sup> De acuerdo a datos de la AMIPCI (2018) e INEGI (2018), los jóvenes son quienes más utilizan internet y redes sociales.

mundo de posibilidad de interacción y decisiones sociales. Sin embargo, también existen restricciones de contenidos que es importante tomar en cuenta, por ello, en el siguiente apartado se revisará cómo se presenta la censura en *Facebook*.

### **1.5 La censura en Facebook**

Es necesario dedicar un espacio de este trabajo a hablar sobre el manejo de información de *Facebook*, donde el tratamiento de ciertos contenidos y la apertura de los mismos, son temas de importancia dado que la censura es un común denominador en diversos espacios en internet y esta red social no podría ser la excepción, sobre todo, pensando en los diversos tipos de contenidos que manejan las páginas que se estudian en este trabajo.

*Facebook*, al igual que otras redes, tiene políticas de uso a las cuales los usuarios deben ceñirse si quieren hacer uso del servicio. En las condiciones del servicio de la red social, *Facebook* (2019d) señala que ofrece productos y servicios que cumplan con estas condiciones y se adapten a los usos que cada usuario le da a su perfil e intereses.

- Dar una experiencia personalizada.
- Conectar con personas y organizaciones que puedan interesarle
- Brindar herramientas para que el usuario pueda expresarse y hablar sobre temas que son importantes.
- Ayudar a descubrir contenido, productos y servicios que puedan interesarle.
- Combatir conductas perjudiciales, así como se encargan de proteger y respaldar a la comunidad.
- Usar y desarrollar tecnologías avanzadas para brindar servicios seguros y funcionales a todos.

---

Esto implica una personalización acorde a los intereses y necesidades particulares de cada usuario, haciendo uso de esas tecnologías que le permiten a la red conocer y seleccionar los contenidos más idóneos (al propio criterio de los algoritmos<sup>13</sup> de la red) para el usuario. Y es que parte de ello se aprecia en la socialización de diversos contenidos y conjunción de usuarios con intereses comunes. Dentro de las condiciones del servicio de la red social, *Facebook* (2019d) menciona que: “Queremos que la gente use *Facebook* para expresarse y compartir contenido que le resulte importante, pero sin poner en peligro la seguridad y el bienestar de otras personas ni perjudicar la integridad de nuestra comunidad” (párr. 20). Y es que es bien sabido que dentro de la información que circula en la red, es necesario llevar un control sobre lo que puede o no subirse y compartir, así, se retoma el listado de elementos que *Facebook* (2019d) menciona, que no es posible publicar:

- Usar sus Productos para realizar actividades o compartir contenido:
- Compartir contenidos que incumplan sus condiciones, sus normas comunitarias y otras condiciones y políticas que rijan el uso de *Facebook*.
- Compartir contenidos que sean ilegales, engañosos, discriminatorios o fraudulentos.
- Presencia de contenidos que infrinjan los derechos de otras personas, incluidos los derechos de propiedad intelectual.
- Subir virus o códigos maliciosos, ni realizar actividades que puedan impedir, sobrecargar o afectar el correcto funcionamiento de sus Productos o afectar su aspecto.
- Acceder a datos de sus productos ni recopilarlos con medios automatizados (sin permiso previo), ni intentar acceder a datos si no se cuenta con el permiso correspondiente para hacerlo.

---

<sup>13</sup> De acuerdo con la definición de *Wikipedia*, un algoritmo informativo es un conjunto de instrucciones o reglas definidas y no-ambiguas, ordenadas y finitas que permite, típicamente, solucionar un problema, realizar un cómputo, procesar datos y llevar a cabo otras tareas o actividades.



- Eliminar o restringir el acceso a contenido que infrinja estas disposiciones.

Es importante señalar que para tener un mejor control de los contenidos que circulan en *Facebook*, existe un libro de normas donde está especificado a mayor detalle las cuestiones que pueden ser publicadas sobre uso de drogas, el trabajo sexual, el acoso escolar, los discursos de odio e incitación a la violencia (*El Mundo*, 2018). Estas normas comunitarias en Facebook (2019e), tienen como objetivo “fomentar la expresión y crear un entorno seguro” (párr. 3). Por ello, los propietarios de Facebook diseñan sus políticas basándose en opiniones de la comunidad y de expertos en áreas como tecnología y seguridad pública, así como en los principios de seguridad, voz y equidad. A la vez, existe un listado de contenidos específicos que no están aceptados en la red. En la sección de normas comunitarias de la red (*Facebook*, 2019e), se enlistan los siguientes tópicos:

1. Lenguaje que incita al odio
2. Violencia con contenido gráfico
3. Desnudos y actividad sexual de adultos
4. Servicios sexuales
5. Contenido cruel e insensible

Sin embargo, los parámetros para la censura o permisibilidad de publicaciones con temáticas de variada tipología, muchas veces están sujetos a criterios particulares o determinaciones comunitarias que no necesariamente son de orden estricto, determinista o bien, moralmente incorrectos, ya que existen formas de denunciar las cuentas que a juicio personal de diversos usuarios, pudieran ser ofensivos o inapropiados (sin que necesariamente lo sean de manera de general, sino más bien particular) y son sujetos a valoración por parte de las instancias especializadas de la misma red, tal como lo explican Sanchez y Sarabia (2019):

Cada moderador tiene en su puesto una pantalla que les va mostrando los casos de contenidos en Facebook que acumulan más 'denuncias' de usuarios que los

---

consideran inapropiados. Cada vez que un número relevante de personas denuncia ('reportar', en lenguaje de Facebook) un contenido, este acaba llegando a una de esas pantallas. Hay dos opciones: 'Delete' para borrar el contenido o 'Ignore' para dejarlo publicado (párr. 5).

De acuerdo con El Mundo (2018), dichos moderadores, son un conjunto de personas dedicadas a la revisión y seguimiento de contenido: “utilizan programas automáticos y un ejército de moderadores que actualmente supera la cifra de 7.500 empleados para eliminar texto, fotos y vídeos que violan sus normas” (párr. 12). Estas personas contratadas tienen como fin revisar que los parámetros o normas estipuladas sean seguidas adecuadamente. Tal como comenta Riquelme (2017), “se dedican a revisar la enorme cantidad de contenido que los individuos, las empresas, grupos o asociaciones suben a la plataforma, para corroborar que todos los posts concuerdan con las reglas contra el discurso de odio y, en caso contrario, eliminarlos” (párr. 2). A su vez, se cuenta con la implementación tecnológica de algoritmos y sensores que revisan, clasifican y censuran contenidos que estén circulando y que van agudizando su función conforme a las nuevas situaciones que ocurren en la red. El principal algoritmo de *Facebook* para identificar contenidos prohibidos está basado en tecnología denominada PDQ y TMK + PDQF<sup>14</sup>, que, de acuerdo con Cid (2019), dicho algoritmo “almacena los archivos de forma comprimida en códigos alfanuméricos, también conocidos como *digital ashes*, y los compara con imágenes conocidas de contenido dañino” (párr. 2). A pesar de esto, la red social cuenta con una posibilidad de presentación de temáticas que pueden tener violencia, maltrato, imágenes explícitas de sangre y/o muerte –a veces de forma censurada<sup>15</sup>– y con propósitos informativos y/o

---

<sup>14</sup> La tecnología de coincidencia de video, TMK + PDQF, fue desarrollada conjuntamente por el equipo de Investigación de Inteligencia Artificial de Facebook (FAIR) y académicos de la Universidad de Módena y Reggio Emilia en Italia. También, existen otros algoritmos e implementaciones disponibles como pHash, PhotoDNA, aHash y dHash de Microsoft. (El Universal, 2019. Facebook lanza herramienta para detectar coincidencias en fotos y videos. Disponible en: <https://www.eluniversal.com.mx/techbit/facebook-lanza-herramienta-para-detectar-coincidencias-en-fotos-y-videos>)

<sup>15</sup> Ejemplo de esto es la viralización de publicaciones sobre enfrentamientos armados, asesinatos, cadáveres y otras situaciones que se dan en ocasiones en *Facebook Live* o como publicaciones normales.

---

académicos, así como noticias falsas que aún no son del todo controladas pese a que su algoritmo trabaja para mejorarlo.

*Facebook* se reserva la posibilidad de suspender o cancelar la cuenta de los usuarios que no cumplan con las normativas aceptadas en su aviso de privacidad y términos y condiciones, por lo que es susceptible que un usuario que viole alguna temática y que no pase los filtros adecuados, sea dado de baja de manera temporal o permanente al menos con la cuenta con la que tiene su registro. Sin embargo, también esa determinación suele ser subjetiva, ya que dentro de la red hay grupos cerrados, páginas y cuentas personales que comparten contenidos restringidos y aún así no son censurados, porque sufren algún tipo de edición y pasan desapercibidos por los filtros, lo que significa que no hay una selección tajante y determinista sobre lo que realmente se censura y lo que no (ver nota al pie para más información)<sup>16</sup>.

De esta forma, es posible afirmar que, pese a las diversas ventajas de flujos informativos y como espacio amplio de temáticas compartidas, *Facebook* aún tiene elementos de censura bastante complejos que dependen en gran medida de elementos subjetivos y juicios personales –muchos de ellos–, y que deberían ser estandarizados mayormente para una compartición y consumo de contenidos más adecuado, de modo que cada usuario se comprometa a cumplir con las normativas, pero a su vez, el juicio y determinación de lo censurado sea más específico y exacto para los contenidos que sufren de esta parcialidad.

El mundo informativo en *Facebook* es una vorágine que va desde la exposición personal, pública y las diversas presentaciones de información con diferentes permisiones y restricciones, por lo que se generan nuevas formas sociales y culturales están constantemente transformándose, esto es oro puro para el ámbito de investigación académica. Por ello, en la siguiente sección, se

---

<sup>16</sup> “Facebook también está llevando a cabo una colaboración con la Universidad de Maryland, Universidad Cornell, el Massachusetts Institute of Technology, la Universidad de California y Berkeley, con el objetivo de investigar nuevos mecanismos para evitar que los algoritmos de censura pasen por alto los contenidos dañinos que sufren pequeñas alteraciones para no ser censurados” (Cid, 2019, párr. 7)

presenta una síntesis sobre diferentes trabajos que han visto a la red social desde diferentes ángulos.

### **1.6 Otras miradas sobre *Facebook***

Para finalizar este capítulo, se presenta una breve revisión académica de diferentes autores que han estudiado y analizado a *Facebook* con diversos propósitos y alcances. No se pretende abundar mucho en la síntesis de cada uno, únicamente dejar al alcance un listado de perspectivas de análisis y estudio de *Facebook* que den un panorama más amplio sobre el conocimiento que se tiene de esta red social que día con día, va transformándose y generando nuevas interrogantes y objetivos de investigación, lo que a la postre, ha servido para conocer y acercarse mejor al objeto de estudio, así como de brindar ideas y reflexiones que generan alguna aportación a este trabajo.

Primeramente, es importante hablar sobre el texto ‘La imagen de perfil en *Facebook*: identidad y representación en esta red social’ de Rocío Rueda y Diana Giraldo (2016). Estas autoras buscan comprender las dimensiones de la construcción identitaria a partir de las imágenes de perfil publicadas en *Facebook*. Para ello, dividen su trabajo en fases: primero han seleccionado y clasificado 7200 imágenes de perfil de *Facebook* de 24 ciudades en el mundo. En segunda instancia realizaron entrevistas a 12 usuarios de *Facebook*, donde el objetivo era identificar formas de representación presentes y las que se han transformado acerca de la práctica fotográfica en la vida cotidiana. Este texto, además de otorgar una forma de aplicación metodológica, brinda algunas reflexiones interesantes acerca de la identidad de los usuarios en *Facebook*, por lo que se considera un trabajo que vale la pena conocer. La forma en que hacen los planteamientos teórico conceptuales de identidad en *Facebook*, ha ayudado al abordaje del concepto de identidad en este trabajo.

Por otro lado, Raúl Trejo Delarbre (2014) con su texto ‘Cultura, Intercambio y pensamiento en la era de *Facebook*’, hace en primera instancia un análisis interesante sobre el uso de la tecnología, elementos sociales implicados y el acceso y conectividad de los usuarios en América Latina. Posteriormente reflexiona acerca de *Facebook*, a través de estadísticas de su uso en América Latina y los elementos y capacidades de esta red social. Este análisis precisa características de la red social y una lista de rasgos y posibilidades que han sido retomados en el apartado 1.3.1 de esta investigación.

Igual de interesante es ‘*Facebook* o los nuevos rostros de la socialidad’ de Paola Ricaurte y Enedina Ortega (2010), una investigación que, apoyándose en la antropología del ciberespacio y de la etnografía virtual, analiza usos y significaciones de los jóvenes en *Facebook*. Este trabajo se enfoca mayoritariamente en las características de la red social como una comunidad virtual que permite intercambios e interacciones, pero, además, su aportación a este trabajo de investigación se da a través del uso de la metodología y la concepción que se tiene sobre el ciberespacio como reflexiones analíticas que permiten entender su estructuración.

Es considerado también el texto ‘Reflexiones conceptuales en torno a las redes sociales en las redes sociales: un recorrido de la teoría a las prácticas comunicativas en *Facebook*, *Twitter* y *Google+*’ de Gabriel Pérez y Andrea Aguilar (2012). Ellos analizan estructuras sociales y comunicativas mediante el entendimiento de estos nuevos espacios de interacción social. Retoman la Teoría de Redes Sociales para entender los fenómenos sociales que se dan en la virtualidad. Este texto propicia una forma de entender las redes sociales como esos constructos sociales donde se dan vínculos e interacciones sociales. Ha ayudado a este estudio a comprender cómo cada red social además de ser diferentes, tiene características peculiares en sus intercambios e interacciones.

El texto ‘Redes sociales y pertenencia: caso *Facebook*’, de Odilia Sujey Bustillos Ibarra (2013), analiza a *Facebook* como una red con considerable aceptación, demanda y uso por parte de los jóvenes. Así, busca responder a los cuestionamientos sobre ¿Por qué las redes sociales tienen tanta aceptación?,

¿Por qué son tan visitadas y en su uso transcurren horas? De esta forma, parte de sus conclusiones son que los adolescentes interactúan en la vida real y llevan esas interacciones al mundo virtual, siendo *Facebook* la red social que permite continuar un proceso de socialización del espacio físico al espacio virtual. Finaliza resaltando la importancia de estudios como el suyo, ya que las ciencias sociales no deben permanecer al margen de las transformaciones sociales, ya que considera que se ha transitado de la imprenta al internet y es evidente esta transformación en el mundo social y cultural. Además, aporta ideas generales sobre las redes sociales, así como del funcionamiento de *Facebook* para comprender las interacciones que se dan dentro de este espacio, lo que permite

Vanina Levato (2013) con su escrito 'Redes sociales, lenguaje y tecnología. *Facebook*. The 4th Estate Media?', hace un análisis sobre el auge que las redes sociales han tenido y su importancia en diversos aspectos de la cotidianidad. Da lugar al rol que desempeña Internet como el concentrador de una variedad de tecnologías que potencian el intercambio y la colaboración entre los usuarios, con lo que se fomenta una creciente cantidad y variedad de redes, donde la interacción es su principal característica. Además, destaca la importancia de lo escrito y la lectura dentro de las redes como una forma de comunicación que ha tenido una especie de renacimiento, donde las contribuciones individuales refuerzan el valor de las comunidades y donde el conocimiento individual se enriquece y se construye en tanto forma parte del contexto de la sociedad del conocimiento, esto último, siendo de gran apoyo a esta investigación para entender cómo es el uso y apropiación de *Facebook* tanto individual como colectivamente.

Además, hay diversos autores más que se han enfocado en el estudio de internet y las redes sociales, como Octavio Islas (2013), Jesús Galindo Cáceres (2006 y 2011), Gabriel Pérez Salazar (2016), Elisenda Ardévol (2003 y 2012), entre muchos otros que pueden consultarse en el apartado sobre referencias bibliográficas de este trabajo. Todos logran aportar diferentes concepciones que han ayudado a contextualizar, entender y analizar mucho mejor el objeto de estudio de este trabajo de investigación.

## 1.7 Recapitulación

En este primer capítulo, se hace una contextualización de la vida virtual, las redes sociales virtuales y *Facebook*, lo cual sirve para entender cómo se genera y comprende el objeto de estudio que compete a esta tesis.

Primeramente, se ha hablado sobre la importancia de la tecnología en el ambiente social actual, donde la cotidianidad del ser humano es otra desde el momento en que muchas de sus acciones y situaciones se ven inmersas en una interacción constante entre el mundo físico y el virtual. Por ello, se presenta información estadística para entender cómo es en la actualidad el uso de las redes sociales además de ciertas reflexiones actuales sobre la apropiación tecnológica.

Por otro lado, se explicó cómo son las redes sociales desde un plano físico y en lo virtual, entendiendo estos espacios enfocados en la socialización con características particulares de uso, de funcionamiento, de múltiples interacciones y de variados intercambios informativos con varios alcances.

Se revisó también cómo *Facebook* es la red más importante no sólo a nivel mundial sino en México. Esta red tiene elementos y características especiales que han ido transformándose con el paso del tiempo y que en la actualidad han abarcado más allá de un uso personal. A su vez, se ha visto como dentro de *Facebook* se encuentran las *fanpages*, espacios que manejan contenidos particulares y fungen como un medio informativo de diversas temáticas, entre ello, se ha resaltado la importancia de las páginas de *Facebook* en este trabajo de investigación, sobre todo por la carga sociocultural sobre Chiapas que ofrecen a los usuarios.

Se habla también acerca de los administradores y seguidores de las *fanpages* para entender mejor cómo se da el consumo dentro de *Facebook*. A su vez, se hace una breve descripción sobre la censura de los contenidos que *Facebook* como parte del cuidado y protección que la red provee para sus usuarios, aunque muchas veces no es del todo eficiente.

Finalmente se presenta una breve revisión de autores que han analizado y discutido sobre *Facebook*, quienes además de aportar ideas importantes para este trabajo de investigación, también logran enmarcar de mejor la importancia del estudio de los espacios virtuales desde la mirada de las ciencias sociales y humanas. Es así como este trabajo queda encaminado hacia entender el panorama teórico y metodológico que guían los cuestionamientos y objetivos de la investigación aquí presentada.



## **CAPÍTULO 2 – CIBERCULTURA, IDENTIDAD, COMUNIDAD Y CONSUMO CULTURAL**

En este apartado se hace una revisión conceptual que contribuye de forma importante a la estructuración de ideas y reflexiones sobre el objeto de estudio, que va desde entender lo virtual y su uso social, el papel de los usuarios y sus construcciones simbólicas dentro de lo virtual mediante las características propias del entorno, las interacciones colectivas y las prácticas. Hacer la revisión conceptual es necesario por dos cuestiones: la primera, para la generación de los respectivos análisis de los hallazgos obtenidos con la aplicación metodológica y que ayuden a entender la relación usuario-consumo, el contexto y las concepciones simbólicas dentro de este espectro. Dichos vínculos ayudarán a dar sustento teórico a las interpretaciones que el objeto de estudio requiere como un fenómeno social. La segunda cuestión, es que algunos de estos conceptos son necesarios para entender el constructo de la región de estudio que se propone en este trabajo dentro del plano virtual, pero con consideraciones geográficas necesarias que crean una vinculación y sentido de pertenencia constante en los usuarios. Por ello, en este capítulo se presentan teórica y conceptualmente los elementos que se vinculan con la regionalización y posteriormente, en el capítulo 3, se hace el análisis y delimitación específicamente de la propuesta de construcción regional de esta investigación.

Si bien, la presentación de los elementos pudiera semejar un glosario de términos, es importante no perder de vista el hilo conductor que vincula a los mismos. Además, este ejercicio ayuda a tener una mejor organización y, pese a que todos están ligados de alguna forma, también es importante diferenciar adecuadamente la funcionalidad de los mismos con respecto al análisis teórico epistemológico y a la construcción del constructo regional que es un eje primordial en este trabajo.

Es importante mencionar que el concepto de identidad se discute desde dos aspectos. En una primera perspectiva, busca establecer ideas y concepciones de la identidad en el mundo físico; mientras que, en la otra perspectiva, se hace una diferenciación específica del abordaje del concepto exclusivamente para el ámbito virtual; el propósito de esta aproximación es para definir cómo es entendida en esta investigación. Si bien, ambas miradas no son ajenas, sino más bien complementarias, es necesario explicitarlo para un entendimiento más claro de la construcción regional.

## **2.1 Cibercultura: definición y evolución**

En primera instancia es importante abordar las generalidades sobre la cibercultura, concepto que, pese a que ya se ha tratado brevemente en el capítulo anterior, ayuda a explicar el desarrollo de nuevas interacciones y prácticas propias del entorno tecnológico. Por ello, es relevante comentar que el término cibercultura ha ido evolucionando conforme acontecen nuevas situaciones que llevan a entender el mundo físico en constante interacción con lo virtual. De acuerdo con EcuRed (2019), el término cibercultura “es un neologismo que combina las palabras cultura y el prefijo *ciber*, en relación con la cibernética<sup>17</sup>, así como lo relacionado con la realidad virtual” (párr. 3).

---

<sup>17</sup> Cabe señalar que, de acuerdo con EcuRed (2019), la cibernética se instaure como una ciencia aproximadamente en 1942, impulsada en gran medida por Norbert Wiener y con el objetivo de

Por su parte, Pierre Levy (2007) define a la cibercultura como “el conjunto de las técnicas (materiales e intelectuales), de las prácticas, de las actitudes, de los modos de pensamiento y de los valores que se desarrollan conjuntamente en el crecimiento del ciberespacio” (p. 1). Este conglomerado de elementos configura una nueva forma de ámbito social pero dentro de un plano virtual, donde se mezclan reglas y patrones de conductas y acción de lo físico con lo virtual. Es importante hacer énfasis en la importancia de la colaboración colectiva y la necesidad de elementos de conexión y dispositivos de funcionamiento que se vuelven bastión para la presencia y constancia de la cibercultura y, sobre todo, en tiempos modernos de alta conexión por comunidades e individualidades en el mundo físico y en lo virtual. Este constante símil y reflejo entre diferentes espacios (virtual y el físico), hace que las prácticas, modos de acción, participación social, ideas, formas de trabajo y más, estén constantemente intercambiando símbolos, signos, significados.

Sin embargo, en el sitio EcuRed (2019), mencionan que este concepto se ha transformado, y puede entenderse más allá de formas concretas de conducta, costumbres, tradiciones o conjuntos de hábitos en lo cibernético; también se percibe como una serie de mecanismos de control, planes, recetas, fórmulas, reglas, instrucciones, que guían o condicionan la conducta y el hombre en el mundo actual. De acuerdo con André Lemos (2005), la cibercultura ha ido evolucionando conforme se generan nuevas fases de la sociedad de la información; además, menciona que:

El desarrollo de la cibercultura se da con el surgimiento de la micro-informática en los años setenta, con la convergencia tecnológica y el establecimiento de la personal computer (PC). En los años ochenta y noventa, asistimos a la popularización de la internet y a la transformación de la PC en un computador colectivo (CC), conectado al ciberespacio, a la sustitución de la PC por el CC (Lemos 2003). Aquí, la red es el computador y el computador una máquina de conexión (p. 252).

---

desarrollar un lenguaje que, junto con técnicas específicas, permitieran abordar y controlar la comunicación de forma general, lo que hoy en día ya es una constante.

Luego entonces, es importante tener en cuenta que se generan adaptaciones e intercambios informativos, simbólicos, culturales y sociales entre los entornos físico y virtual. Al respecto, Levy (2007) establece que la cibercultura está ligada a lo virtual de dos formas: directa e indirectamente. Es directa porque en el seno de las redes digitales, la información se encuentra físicamente situada en alguna parte, en un servidor, pero está también virtualmente presente en cada punto de la red desde donde se accederá a través de diversos dispositivos. De forma indirecta porque el desarrollo de las redes digitales interactivas propicia movimientos de digitalización distintos de aquellos que sean netamente de información. O sea, hay una incorporación de más elementos relacionados a la comunicación, dígame escritura, medios, sonido, imagen, etcétera. Ambas formas son complementarias, ya que una no tendría sentido de existencia sino es por la otra y viceversa.

Es así como una característica importante de la cibercultura corresponde a las diversas interacciones que se dan en el ámbito virtual. Pérez Salazar y Aguilar Edwards (2012) aseveran que las interacciones tienen una condición *sine qua non*<sup>18</sup> y coincide con la afirmación de Marc y Picard (1992) en cuanto a que la interacción es “una cualidad de los sistemas sociales a partir de la cual es posible hablar de ajustes recíprocos que los elementos hacen en función de los contactos que establecen entre sí” (en Pérez Salazar & Aguilar Edwards, 2012, p. 3) y son uno de los elementos más importantes dentro de la cibercultura y las redes sociales virtuales. De acuerdo con Pérez Salazar y Aguilar Edwards (2012) la interacción es definida como “un acto social, una forma de relación entre entidades o nodos que coinciden en un espacio [físico o virtual], que resulta en influencias mutuas y que se encuentra estructuralmente determinada por el sistema en el cual tienen lugar” (p. 3). Así, las relaciones sociales en una red, llevan consigo un sinfín de conexiones constantes y de múltiples intercambios al momento de establecer una relación donde dos personas interactúan, a ello,

---

<sup>18</sup> De acuerdo con el sitio [www.wordreference.com](http://www.wordreference.com), esta locución latina –de condición– se utiliza para decir ‘sin la cual no’. Así, se refiere a una acción, condición o ingrediente necesario y esencial —de carácter más bien obligatorio— para que algo sea posible y funcione correctamente.

---

Pérez Salazar & Aguilar Edwards (2012) mencionan que “ocurre un intercambio de diversas sustancias materiales o inmateriales, a partir de las cuales puede haber –o no– simetría; es decir, una correspondencia proporcional entre lo que se recibe contra lo que se aporta” (p. 03.).

Scolari (2008) dice que “hay interactividad en las comunicaciones sujeto-sujeto pero también en los intercambios entre un sujeto y un dispositivo tecnológico. En este segundo ejemplo la interactividad se desarrolla en la interfaz, que se podría definir como el lugar de la interacción” (p. 92). Así es como la tecnología ha traído consigo una revolución en las interacciones y formas de entender los procesos sociales, de modo que, a través de la web se dan diversas situaciones que, si bien reproducen prácticas de la vida cotidiana en el ciberespacio y a través de la cibercultura, lo *on line* ha devenido una especie de estilo de vida que gana terreno en los hábitos y acciones sociales, tal como afirma Dahlgren (2011):

Las interacciones con el medio *on line* están cada vez más generalizadas, cada vez más se desarrollan nuevas y creativas prácticas (...). Los medios de comunicación *on line* son, por supuesto, una gran parte de la sociedad y la cultura del mundo. Estos entrecruzan las vidas fuera del mundo virtual de los individuos, al igual que hacen con el funcionamiento de los grupos, organizaciones e instituciones (p. 3).

Para entender de mejor manera cómo se constituye y propicia la cibercultura, de acuerdo con Levy (2007), existen tres principios claves de ésta: la interconectividad, las comunidades virtuales y la inteligencia colectiva. Cada uno de estos juega un papel fundamental para entender cómo en un espacio virtual como *Facebook* se presentan estos tres elementos:

- *Interconectividad*: porque los usuarios están constantemente conectados e intercambiando contenidos de diversa índole.
- *Comunidades virtuales*: pueden entenderse desde tres perspectivas. La primera sería el mismo *Facebook*, como una macro comunidad de sociabilidad digital. La segunda, las páginas que se analizan, donde la

información compartida funge como elemento de conjunción de intereses y homogenización. Y finalmente, la región que se propone vista como una comunidad de interacciones socioculturales que propician el mantenimiento de identidad en los usuarios<sup>19</sup>.

- *La inteligencia colectiva*: aunada a cómo se vuelve necesario aprender el entorno tecnológico en pro de un uso adecuado y extenso de las posibilidades que éste otorga y pensado desde lo comunitario.

Estos tres elementos están presentes en todo momento en el objeto de estudio de esta investigación, dado que *Facebook*, como plataforma de sociabilidad, permite la interconectividad –con interacciones–, la formación de comunidades –con intereses comunes– y las acciones colectivas que se suscitan a través del uso y adecuación del ambiente virtual. De esta manera, la cibercultura se instaura como un elemento que es necesario considerar para comprender el acercamiento y manutención de las personas en espacios virtuales, lo que permite incorporar aspectos virtuales dentro de su cotidianidad y a su vez, da paso a modificar procesos y prácticas conforme lo digital va ganando terreno.

### **2.1.1 Viviendo en lo virtual**

Si bien, es cierto que admitimos la propuesta de Levy (2007), en cuanto a que lo cibercultural conlleva 3 aspectos básicos en su constitución y mantenimiento, es necesario entender que la presencia en lo virtual siempre implica una ambivalencia de situaciones sociales culturales y de prácticas entre lo virtual y lo físico. Al respecto, Lemos (2005) establece que “las prácticas contemporáneas ligadas a las tecnologías de la cibercultura han configurado la cultura contemporánea como una cultura de la movilidad” (p. 244). Así, el mundo virtual

---

<sup>19</sup> De esto se habla más adelante, en el capítulo 3 sobre la construcción regional.

---

permite una comunicación en paralelo, es decir, un intercambio con personas que tenemos al alcance y con aquellas que se encuentran en la lejanía, en ciertas circunstancias, casi de manera simultánea; la inclusión tecnológica en la vida cotidiana transforma el mundo, por ello y de acuerdo con Gómez, Arvizu y Galindo (2005), las TIC “establecen transformaciones ecológicas en nuestro ámbito social y cotidiano [...], han contribuido a establecer cambios estructurales en muchas de las esferas de lo social –sin que esto signifique un determinismo tecnológico–” (p.160).

Por ejemplo, en el terreno de la educación hoy es posible reforzar la enseñanza con recursos didácticos que se colocan en distintas plataformas específicas así como el acceso a la información; en el ámbito de la diversión social, videojuegos, entretenimiento y medios –televisión, cine, radio– no son los mismos que en años pasados gracias a la virtualización y adaptación al entorno; la economía también ha visto su inclusión no solamente a través de la virtualización y simplificación de procesos a través de lo digital, sino también en la misma existencia de un impacto financiero como el caso del dinero electrónico, las *bitcoins* o criptomonedas o los sistemas de pago tipo *Paypal*. Incluso se ha modificado la parte política, a través de servicios y prácticas burocráticas donde se han hecho inversiones importantes para simplificar trámites y reducir impactos de materiales, así como la utilización de espacios virtuales para difusión, participación o denuncia.

Así, la cibercultura es uno de los conceptos importantes en el presente trabajo porque vincula a la tecnología con aspectos socioculturales, lo que implica que, para los objetivos de la investigación, mucho de lo que se desarrolla en *Facebook* es ya consecuencia de esta misma cibercultura que día con día vive un usuario. La cibercultura ve más allá de la simple presencia del individuo en espacios virtuales, sino que vela tanto por el aspecto interno como externo del sujeto para entender cómo se desenvuelve en el ciberespacio.

Un sujeto dentro del ambiente cibercultural adapta su vida a las herramientas tecnológicas y las hace parte de su cotidianidad. Parte de esto se refleja en las redes sociales como *Facebook*. Éste, es un espacio virtual que

genera diferentes elementos y acciones ciberculturales tanto adaptados, como aquellos que son nativos de la misma red. Se da entonces una vinculación en dos vías, desde el origen de las mismas, yendo primeramente desde el plano físico al virtual y viceversa. En ese devenir de construcciones culturales, va emergiendo una arquitectura cibercultural que define su presencia en lo virtual.

Dentro de esos múltiples intercambios, que contienen símbolos, actitudes, usos lingüísticos, reacciones, herramientas y más, existe siempre la vía concomitante donde se construyen elementos de (re)producción, consumo y participación de usuarios con diversas contextualizaciones socioculturales individuales y colectivas las cuales son llevadas a la red en sus diversas acciones. Así, gran parte de la importancia de este trabajo radica en entender por un lado lo que el usuario produce y por el otro, lo que el usuario consume y reproduce dentro de *Facebook*. Por ello, en el siguiente apartado, se hace una revisión acerca del consumo de contenidos culturales virtuales.

## **2.2 Consumos culturales**

Al ser la cibercultura fundamental para entender lo que sucede dentro de *Facebook* con las páginas que se estudian y los usuarios seguidores de esas mismas páginas, es necesario considerar que las acciones dentro de este espacio virtual se dan a través de procesos sociales y culturales. El consumo de diversos contenidos dentro de *Facebook* es una forma clara de acercamiento y vinculación a través de los intereses comunes y trae como consecuencia la formación de colectividades con elementos comunes. Estos elementos logran enmarcar acciones arraigadas a roles de pertenencia territorial, identificación, diversión, necesidad informativa y más, los cuales guían el entendimiento y acción de los usuarios, todos vinculados al ya mencionado devenir de intercambios culturales entre el mundo físico y el virtual. Así, en el siguiente apartado, se revisa cómo son los consumos culturales virtuales, partiendo de definir al consumo cultural



---

en lo físico para posteriormente aclarar su pertinencia en un espacio virtual como *Facebook*.

### **2.2.1 Consumos culturales virtuales**

El estudio del consumo cultural ha ido de la mano con diferentes perspectivas de estudio que permiten comprenderlo en la actualidad. Al respecto, Ma. López de Ayala (2004) asevera que “en el ámbito del consumo, la controversia viene marcada por la complejidad y fragmentación que han alcanzado las pautas de consumo en las sociedades modernas avanzadas, lo que dificulta su identificación con diferentes segmentos de la estructura de clases” (p. 176). Por ello, esta autora habla de dos vertientes de la teoría social, donde por un lado se encuentra la mirada que presenta al consumo como placer y satisfacción del deseo y se genera como una forma de autoexpresión y creación de un estilo de vida mediante la construcción de identidad personal. Por otro lado, la vertiente que se enfoca más en marcos culturales o *habitus* que guían las prácticas de consumo y que delimitan el lugar del individuo dentro del espacio social, tal como lo ve Bourdieu (1988).

Esta segunda perspectiva ha ido ganando terreno desde los Estudios Culturales y analiza también el papel del consumo en la construcción y reproducción simbólica de las relaciones sociales, dándole un peso importante a la construcción de la identidad, ya que ante la creciente de oportunidades de producción y acceso a información, bienes y servicios a través de lo virtual, López de Ayala (2004) afirma que “el consumo se convierte en una práctica fundamental a partir de la cual construimos y expresamos esa identidad” (p. 180). Por ello, para este trabajo de investigación, se abordan los consumos culturales desde este segundo enfoque, sin apegarse de lleno a la perspectiva de los estudios culturales, pero brindando reflexiones importantes y necesarias para el análisis de los procesos de acercamiento al consumo dentro de un espacio virtual como *Facebook*.

Por ende, desde la mirada sociocultural de los consumos culturales (Canclini 1993, Barbero, 1992, Bourdieu, 1988), los individuos intentan dar sentido y coherencia a la propia vida, a través de la construcción su identidad por sí mismos y en relación a ciertos grupos donde se da una distinción y diferenciación frente a ‘los otros’ (López de Ayala, 2004). Esto lleva a entender que los consumos dentro de *Facebook*, están ligados necesariamente a la identidad virtual, concepto que se retoma más adelante en el apartado de regionalización.

Como ya hemos mencionado, las tecnologías de la información tienen diferentes modos de uso y propósitos, Tully (2008) comprende que éstas “son multifuncionales y opcionales en su empleo, es decir, no tienen una finalidad precisa. Es necesario prestar atención a su apropiación por parte de los sujetos” (p. 70). Así, para entender los consumos, es pertinente considerar tanto las herramientas de acceso como los contenidos que existen. Visto de esta forma, al hablar de tecnología en el estudio de los consumos culturales, implica verla y comprenderla como un producto social de las interrelaciones humanas. Y es que no sólo basta con tener herramientas o dispositivos tecnológicos que permitan la virtualización y prácticas específicas digitales, sino también es necesario considerar el significado otorgado por los usuarios a través de sus prácticas, usos y aplicaciones del mundo virtual y su vida cotidiana (Grillo, Papalini y Benitez, 2016). Por ello, al ser *Facebook* una herramienta que es usada cotidianamente por diferentes personas, el consumo que se da en esta red es también materia de análisis en este trabajo.

### **2.2.2 Consumos culturales en Facebook**

El acercamiento a los espacios virtuales desde el consumo cultural requiere dos aspectos que es necesario tomar en cuenta al momento de estudiarse: por una parte, los dispositivos tecnológicos y sus características, que permiten al individuo varias formas de acceso a lo virtual a través de diferentes capacidades,

tamaños, portabilidad, etcétera, ya que como considera Scolari (2008), en la actualidad se puede consumir información en pantallas de diversos tamaños y con diferentes contenidos –amplia oferta de programas, informaciones y hasta servicios–. Además, se vuelven objetos de necesidad que va modificándose conforme las transformaciones tecnológicas lo requieran: por eso ya no es suficiente tener un celular para llamadas o mensajes SMS, sino que se busca mayor capacidad de almacenaje de información y de procesamiento, una cámara fotográfica de amplio pixelaje, mayor rendimiento, así como un software más completo.

Por otra parte, se encuentra la dimensión de los contenidos. La gran variedad de posibilidades temáticas y formatos que existen en lo virtual han cambiado radicalmente el consumo de aspectos culturales: música, cine, televisión, radio, libros. Todo ha ido incorporándose al ámbito virtual, lo que precisa, como ya hemos platicado al hablar de la cibercultura, que se gesten modificaciones en las construcciones simbólicas y significantes de los usuarios. Y es que, de acuerdo con Tully (2008) el acercamiento a las tecnologías de información permite una amplia gama de opciones donde el individuo “debe aprender a barajar un gran número de opciones y a escoger, a partir de una gama de posibilidades, aspectos que tienen un significado personal, para luego organizarlos a partir de una significación y empleo individuales” (p. 73).

Hay entonces una gran expansión en la oferta de productos. A esto, y pensando la idea de la virtualización del consumo, Scolari (2008) considera que el proceso de ampliación del mercado cultural -que consideramos también implica lo informativo/simbólico- está convirtiendo una oferta basada en hits –éxitos para el autor, y para nuestro caso sería visto como tendencias– y otra fundada en los nichos –particulares con características específicas, pueden ser portales, páginas, redes sociales–, donde el mercado otorga productos –contenidos– muy específicos. Y es precisamente debido a esta oferta de temáticas,

contenidos y espacios virtuales cuando se da el vínculo contenidos-usuarios y es donde se gestan los consumos culturales virtuales<sup>20</sup>.

El uso de las redes sociales virtuales –vistos desde la dimensión de espacios de convivencia social e intercambios informativos–, propicia que los usuarios se adapten a los mismos acordes a características definidas –identidad, intereses, gustos, etc.–, y con la intención de consumir, por eso se crean patrones o modelos de consumos. Así, es pertinente retomar a García Canclini (1993), uno de los principales teóricos sobre consumo cultural en Latinoamérica y quien ha sentado bases del estudio de los mismos, ya que éste afirma que: “la clase, la etnia o el grupo al que pertenecemos nos acostumbra a necesitar tales objetos y a apropiarlos de cierta manera” (p. 23). Canclini (1993) considera seis diferentes modelos de consumo<sup>21</sup>, para entender cómo se desarrolla este concepto y sus diversas manifestaciones:

1. Consumir para rendir laboralmente y expandir ganancias al capital.
2. Consumir como competición para apropiarse un producto.
3. Consumo como diferenciación social.
4. Consumo con base a grupos homogéneos de interacción.
5. Consumo como escenario de objetivación de deseos.
6. Consumir como proceso ritual.

Es entonces que, a través de la revisión de esta clasificación, pensamos en el consumo de contenidos en *Facebook* desde la perspectiva de los argumentos de Canclini, y se retoman para este trabajo de investigación a través de estas cuatro formas que sintetizamos así:

- 1) Diferenciación social, al permitir diversas identidades que, aunque interactúen constantemente en la red, se agrupan por los contenidos que siguen. Entonces este consumo sirve para hacer esa distinción y, por

---

<sup>20</sup> Para el caso específico de este trabajo de investigación, los consumos culturales, serán entendidos de ahora en adelante también como consumos culturales virtuales.

<sup>21</sup> Consideramos que estos modelos tienen relevancia aún como una base de entendimiento del consumo cultural, aunque pueden ser sobre todo adaptables a las necesidades de entendimiento del consumo.

consiguiente, la identificación de diversos grupos que buscan contenidos especiales de acuerdo con sus necesidades y/gustos.

2) Grupos homogéneos, porque dentro del mismo *Facebook*, las comunidades a las que pertenece cada usuario por intereses afines, procesos comunicativos eficientes y demás, favorecen la sociabilidad y el intercambio de significados culturales y satisfacción de ciertas necesidades, como afirma García Canclini (1993): “Es tan fundamental en el consumo la posesión de objetos y la satisfacción de necesidades, como la definición y reconfirmación de significados y valores comunes” (p. 29).

3) Objetivación de deseos, ya que pueden generarse acciones como informarse, relacionarse, intercambiar elementos, compartir, etcétera. Todo esto puede ser motivo de deseo, lo que, dentro de un espacio virtual como *Facebook*, existen altas probabilidades de que sea conseguido.

4) Como un proceso ritual, ya que diariamente son más las personas que utilizan este tipo de espacios y los incorporan a su vida cotidiana dándole preponderancia sobre otras actividades o bien, como una actividad repetitiva para satisfacer esos deseos o necesidades mencionados ya anteriormente.

Dadas las características simbólicas y de prácticas sociales y culturales que esta propuesta contiene, al momento de nuestro interés en los consumos culturales virtuales, es necesario revisar el siguiente concepto, que es la identidad, ya que éste ayudará a entender formas de gusto/interés por ciertos tipos de consumos, así como pensar tanto en elementos individuales de los usuarios como de las comunidades que se forman en lo virtual.

### **2.3 La Identidad: un acercamiento al perfil de los usuarios**

La identidad es un elemento inherente del ser humano, por lo que su presencia en diversas prácticas sociales y culturales es algo incondicional. Sin embargo, la identidad va definiéndose y llenando características del ser desde el nacimiento y la toma consciencia. Con todos los procesos sociales y las nuevas concepciones, conforme el individuo va creciendo y entrando a nuevos contextos, es indudable

---

la ambivalencia que puede tener su identidad. Por ello, se presenta una revisión sobre este concepto pensado desde el plano sociocultural para posteriormente ser trasladado al entorno de lo virtual.

### **2.3.1 La identidad: un acercamiento desde lo sociocultural**

La identidad está en todo proceso social y cultural, está presente en cada persona, en sus diversas acciones y presentaciones sociales, siendo la parte cultural una de las dimensiones que más contribuye a la construcción identitaria. Por ello, admitimos la propuesta de Gilberto Giménez (2009), quien ve en la cultura un distintivo social muy importante: “lo que nos distingue es la cultura que compartimos con los demás a través de nuestras pertenencias sociales, y el conjunto de rasgos culturales particularizantes que nos definen como individuos únicos, singulares e irrepetibles” (p. 11).

Sumado a esto, el mismo Giménez (2007) hace énfasis en cómo se articulan identidad y cultura constantemente: “el concepto de identidad es inseparable de la idea de cultura, debido a que las identidades sólo pueden formarse a partir de las diferentes culturas y subculturas a las que se pertenece o en las que se participa” (p. 54). De igual forma, Manuel Castells (1997) explica su definición de identidad dentro de un plano cultural, entendiéndola como:

El proceso mediante el cual un actor social se reconoce a sí mismo y construye el 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 (p.16).

Al hablar de estructuras sociales, es necesario fijar la necesidad de una similitud, algo en común dentro de lo social. De acuerdo con Solórzano y Rivera (2009), el término identidad “se deriva del vocablo latino *identitas*, cuya raíz es el término *idem*, el cual significa “lo mismo” (p.140), lo que implicaría compartir lo mismo. Además, es pertinente resaltar la importancia de la colectividad como

---

algo que define y genera formas de identidad. A esto, Solórzano y Rivera (2009) afirman que:

la identidad incluye asociaciones, por una parte, con los rasgos que caracterizan a los miembros de una colectividad frente a los otros que no pertenecen a la misma y, por otra, a la conciencia que un individuo tiene de ser él mismo y, entonces, distinto a los demás (p. 140).

Además, la identidad, en concordancia con Martín Barbero (2002), también puede definirse como “la expresión de lo que da sentido y valor a la vida del individuo” (p. 16), por lo que no solamente es una atribución otorgada por estar aglutinado en algún grupo, sino que tanto lo individual como lo grupal tienen injerencia al momento de construirla. Por su parte, Wood y Smith (2005, en Giones y Serrat, 2010) comprenden a 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” (párr. 22). Al mismo tiempo, es necesario remarcar que la identidad puede ser vista desde diferentes planos, tal como lo afirma Marc (2004, p. 35), quien explica que

la identidad puede declinarse en diversos componentes: identidad para sí e identidad para los otros; sentimiento de sí (cómo uno se siente); la imagen de sí (cómo uno se ve o se imagina a sí mismo); representación de sí (la manera en la cual uno puede describirse); estima de sí (cómo uno se evalúa); continuidad de sí (cómo uno se siente cambiante o permanente); el yo íntimo (lo que uno es interiormente); el yo social (el que mostramos a los otros); el yo ideal (el que quisiera ser); el yo vivido (el que ha experimentado en vivencias).

Por su parte, Manuel Castells (1997) reflexiona sobre cómo se da la construcción de identidades. De entrada, aclara que ésta utiliza elementos de diversas áreas de estudio –geografía, historia, biología– así como de instituciones, de una memoria colectiva, de la religión y de los aparatos de poder. Crea un funcionamiento sociocultural, con sentido, en tiempo y espacio determinados. Entiende a su vez que, quien construye la identidad y perfila su objetivo, va a

determinar el contenido simbólico y el sentido para quienes se identifiquen dentro o fuera de ella, por lo que distingue tres formas y orígenes de la identidad:

-Identidad legitimadora: introducida por las instituciones dominantes de la sociedad para extender y racionalizar su dominación frente a los actores sociales.

-Identidad de resistencia: generada por aquellos actores que se encuentran en posiciones/condiciones devaluadas o estigmatizadas por la lógica de la dominación, por lo que construyen trincheras de resistencia y supervivencia basándose en principios diferentes u opuestos a los que impregnan las instituciones de la sociedad.

-Identidad proyecto: cuando los actores sociales, basándose en los materiales culturales de que disponen, construyen una nueva identidad que redefine su posición en la sociedad y, al hacerlo, buscan la transformación de toda la estructura social (Castells, 1997, p. 30).

De acuerdo con esta clasificación, es posible entender al concepto de identidad para este trabajo dentro de dos ámbitos:

- Una identidad de resistencia, dado que las páginas de *Facebook* que se estudian dan prioridad a elementos propios de lo local, resaltando la importancia de los elementos socioculturales propios de un espacio sociocultural o territorial representativo o característico.
- Identidad de proyecto, donde los usuarios tienen un control sobre la identidad que construyen y la forma en que la mantienen acorde al entendimiento y participación dentro de *Facebook*, esto es, mediante la creación de un nombre de usuario, imágenes específicas, recursos de entendimiento y significación para constituir un sentido de comunidad.

Pese a esto, es importante tener claro que no es posible quedarse únicamente en la determinación de Castells, sino que también es necesario entender que la identidad es un concepto de diferentes aristas, siendo el plano psicológico y el sociocultural los que generalmente tienen un peso más



---

importante, sobre todo para este trabajo de investigación, porque se está orientado al enfoque social y cultural, ya que como afirma Chanona Pérez (2011):

la fuerza de las expresiones identitarias obedece al tipo de interrelación en la que éstas se emiten, pues la identidad no es una marca estática sino que cobra sentido en el intercambio social. Además, la identidad no es definible y entendible en sí misma; su construcción es concomitante a la constitución y a la evidencia de las diferencias entre quienes no comparten los elementos ponderados como sus rasgos definatorios (p.93).

Así, la identidad va constituyéndose a través de la ambivalencia entre lo individual y lo colectivo, enmarcada por los procesos sociales e intercambios culturales que generan elementos de identificación y apego hacia determinadas circunstancias y procesos. Sobre esto, Valenzuela Arce (2000) menciona que la adscripción grupal forma y refuerza “la identidad que se construye por comparación, imitación y oposición a otros, en una relación en la que pueden conformarse incluso identidades negativas, como interiorización de heteroatribuciones estereotipadas” (p. 19).

Al respecto, Etienne Wenger (2001) dice que “construir una identidad consiste en negociar los significados de nuestra experiencia de afiliación a comunidades sociales” (p. 181), 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. Además, como ya se ha mencionado, rescata la importancia de la práctica social como elemento fundamental al momento de presentar identidades. Por ello, es pertinente retomar la idea de Gilberto Giménez (1997), quien basado en Melucci (1991), menciona que la identidad se manifiesta a través de:

Configuraciones que varían según la presencia y la intensidad de los polos que la constituyen. De aquí se infiere que, propiamente hablando, la identidad no es una esencia, un atributo o una propiedad intrínseca del sujeto, sino que tiene un carácter intersubjetivo y relacional. Es la autopercepción de un sujeto en relación con los otros; a lo que corresponde, a su vez, el reconocimiento y la “aprobación” de los otros sujetos. En suma, la identidad de un actor social emerge y se afirma sólo en la confrontación con otras identidades en el proceso de interacción social,

la cual frecuentemente implica relación desigual y, por ende, luchas y contradicciones (p. 12).

Luego entonces, Wenger (2001), Castells (1997) y Giménez (1997) dan un peso importante a la parte subjetiva y de construcción significativa y simbólica de la identidad a través de una relación con el(los) otro(s) (sociabilidad) y con su entorno interactivo y cultural. La identidad debe tener en esencia, una creación personal pero basada en lo que un conjunto o comunidad puede reflejar, legitimar, aprobar o inclusive negociar con base a las interacciones en los contextos socioculturales. A esto, Solórzano y Rivera (2009), expresan que “la identidad como categoría invita al análisis de la producción de subjetividades tanto colectivas como individuales que emergen, o pueden ser percibidas, en los ámbitos de las prácticas cotidianas de lo social y la experiencia material de los cuerpos” (p. 141).

Sumado a esto, desde el enfoque social de la identidad, Chanona (2011) menciona que “dentro de los marcos de interacción intracultural, las identidades sociales de los actores se establecen en base a las afiliaciones o pertenencias sociales, por lo tanto, podemos ver a la identidad como un nexo de multiafiliación” (p. 106). Esto permite entender cómo al presentarse una afiliación, se crea un sentido de pertenencia. Por su parte, Giménez (1997), también considera una tipología de la identidad desde un plano de distinguibilidad basado en la aprobación del otro, en una pertenencia social y la perspectiva propia del sujeto, por ello, la identidad será vista desde:

- La pertenencia a una pluralidad de colectivos (categorías, grupos, redes y grandes colectividades).
- La presencia de un conjunto de atributos idiosincrásicos o relacionales.
- Una narrativa biográfica que recoge la historia de vida y la trayectoria social de la persona considerada. Por lo tanto, el individuo se ve a sí mismo —y es reconocido— como “perteneciendo” a una serie de colectivos, como “siendo” una serie de atributos y como “cargando” un pasado biográfico incanjeable e irrenunciable (p. 12).

---

Así, la identidad es abordada desde un plano de análisis individual –la consideración misma del propio sujeto con él y con su entorno– y la colectividad –distinción, pertenencia y reconocimiento–. Es así, como lo regional también tiene implicaciones constantes para entender mejor la forma en que se aborda a la identidad en este trabajo. Al respecto, Giménez (2007) afirma que una región no se define por una homogeneidad, sino por las diferencias variadas que hay dentro de ella. Supone que una región se ocupa de dar un sustento de identidad, una interiorización del territorio, así como una visibilidad de apropiación. Definir la identidad no es una labor sencilla y mucho menos si centramos nuestro objeto de estudio como algo no físico, sino un espacio virtual que permite diversas presentaciones de un solo usuario y es que, tal como lo aprecia Pérez Salazar (2016) “la virtualización implica amplios márgenes de manipulación signica, además de formas de relación de naturaleza distinta a las que ocurren de manera presencial”.

Considerando que la propuesta que aquí se presenta es una ciber-región de estudio, es necesario señalar que la identidad determina patrones de conducta y adaptación social basados en la pertenencia colectiva, lo que genera que el individuo tenga acciones sociales. Ese accionar social se ve influenciado por su participación en diferentes espacios, en diversas redes sociales, tal como lo afirma Giménez (1997):

Propiamente hablando y en sentido estricto, se puede pertenecer —y manifestar lealtad— sólo a los grupos y a las colectividades (...) pero en un sentido más lato y flexible también se puede pertenecer a determinadas “redes” sociales (network), definidas como relaciones de interacción coyunturalmente actualizadas por los individuos que las constituyen y a determinadas “categorías sociales”, en el sentido más bien estadístico del término. Las “redes de interacción” tendrían particular relevancia en el contexto urbano (Guidicini, 1985, p. 48). Por lo que toca a la pertenencia categorial —v.g., ser mujer, maestro, clasemediero, yuppie—, sabemos que desempeña un papel fundamental en la definición de algunas identidades sociales (por ejemplo, la identidad de género), debido a las representaciones y estereotipos que se le asocian (p. 14).

Entonces, la identidad dentro de lo virtual requiere una revisión más profunda y mejor enfocada hacia lo que implica Facebook, por lo que en el siguiente apartado enfocaremos la atención en la identidad virtual.

### **2.3.2 La identidad dentro de lo virtual**

Para este trabajo de investigación es necesario ubicar nuestro objeto de investigación dentro de estas redes sociales como espacios de colectividad social en el plano de lo virtual, donde *Facebook* representa ese contexto de interacción actualizado y constituido por individuos y diferentes categorías sociales. Esto implica, dar seguimiento a contenidos acordes a intereses personales y grupales, con gustos, ciertas necesidades, a su formación sociocultural o por ideologías, elementos que ayudan a repensar la identidad en lo individual y lo comunitario, ya que de acuerdo con Giones y Serrat (2010),

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 (párr. 7).

De esta forma, es evidente que múltiples identidades se ven reflejadas en ciberespacios como *Facebook*, donde la determinación de cada una 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 les ofrece y las formas de acción social, tal como explican Ardèvol y Vayreda (2002): “El ciberespacio es pues una realidad social viva, las dimensiones de la cual sólo son accesibles desde la participación” (p. 5).

Entonces, el hecho de estar dentro de una red social es también una posibilidad de ser alguien más. Dentro de lo virtual uno puede utilizar un nombre de usuario cualquiera, ser participante mucho o poco activo, o bien, no participar

en absoluto y ser un simple receptor de información. Puede también buscar otros intereses que no tienen que ser los mismos del mundo físico, puede generarse otra representación del yo, otra arista de la identidad de sí mismo.

Sin embargo, seguirá siendo de gran importancia el reconocimiento (nuevo o igual) que el usuario hace y al que es expuesto colectivamente para su inclusión en un espacio social, porque como considera Pérez Salazar (2016), “la identidad es un asunto de distinción, en este caso se evidencia la existencia de un yo que de forma colectiva se transforma en un nosotros que se opone de forma contundente a ese otro” (p. 21). Entonces, la identidad vista desde lo virtual continúa construyéndose a través del reconocimiento individual y colectivo de los usuarios participantes, pero debe quedar bien establecido que, independientemente de cómo sea presentada, no tiene que ser necesariamente la misma que en el mundo físico, sino que puede ser una mezcla de ambas o totalmente diferente de lo que se es fuera de lo virtual.

Giones y Serrat (2010) mencionan que en los espacios de comunicación electrónica se da prioridad a la imagen, a aquello que se quiere mostrar a terceros. Esto realza la intencionalidad personal, donde ya no sólo importa el entorno donde una persona se desarrolla, sino también aquello que quiere o necesita. Ambos aspectos se ven reflejados en la región de estudio de este trabajo. Sobre la identidad en línea, Ardèvol y Vayreda (2002) mencionan que “estos trazos dejados en la Red son la prolongación de nuestra identidad en el ciberespacio. Nuestra identidad en línea ha pasado a ser para muchos de nosotros una identidad más de las muchas otras que organizan nuestra vida cotidiana en un mundo urbano y transitado” (p. 2). No sólo basta con gestarse en lo virtual, sino que independientemente de la forma o características que la identidad en línea tome, siempre está ligada al mundo físico y la vida cotidiana a través de un deseo y reconocimiento de presentación.

---

### **2.3.3 Vínculos identitarios entre el mundo físico y lo virtual**

Muchos de los elementos conceptuales y epistemológicos abordados en este trabajo de investigación, están constantemente en el juego interactivo entre el mundo físico y el virtual. Así, cada persona, por más que intente decantarse a la presentación identitaria dentro de lo virtual de forma ajena a su entorno físico, siempre termina retomando aspectos cotidianos que le permiten permear y/o adaptar su vida al espacio virtual de manera similar o con determinantes específicos. El mundo físico muchas veces es reflejado, extendido, simplificado o desfigurado en lo virtual, pero requiere de esa misma presencia física para tener combustible y constancia.

De esta forma, al hablar de la identidad desde lo cultural, en primera instancia definimos 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 en donde se encuentra inmerso –prácticas, lenguaje, significaciones, territorio, imaginarios, etcétera)–, los cuales generan un sentido de pertenencia, el cual es llevado a los diversos contextos donde se desarrolla y exhibe colectivamente. Entre esos contextos, está el virtual.

De esta manera, la identidad en lo virtual es entendida como aquella forma de reconocimiento individual en los ciberespacios donde un usuario participa y que adquiere sentido gracias a las significaciones que se otorgan –ellos mismos y con quienes se–. Así, esta identidad que es reconocida y evidenciada a través de la interacción con otros usuarios.

Señalamos a *Facebook* como ese ciberespacio donde se reflejan los elementos simbólicos que contribuyen en la construcción de identidades basadas en los contenidos que circulan de la red, donde se comparten contenidos variados, afines, comunes, etcétera; por ello, los usuarios que participan en esta red social, generan ciertas identidades que están ligadas a lo que se sigue dentro de la red, dado que sus intereses guían los procesos de consumo informativo, 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. Dentro de esa cotidianidad, las colectividades están siempre presentes, por ello, al hablar de colectividades en el ciberespacio es necesario pensar en las comunidades virtuales. Así, en el siguiente apartado se hará una revisión de este concepto.

## **2.4 Las comunidades en internet**

En este apartado hacemos una revisión general sobre lo que implican las comunidades virtuales y sus características como colectividad. Se explicará también el concepto y propiedades principales de una comunidad de práctica, concepto que genera un acercamiento a una forma de entender las colectividades interactivas –a través de la identidad– dentro de la web, siendo *Facebook* un espacio que podría reflejar construcción de diversas comunidades de práctica.

### **2.4.1 Comunidades virtuales**

La cibercultura ha ido generando cambios importantes en el ámbito social dentro de lo virtual, por ello, es importante revisar cómo tras la inclusión de los usuarios, los vínculos e interacciones con otros logran compaginar similitudes de consumos. Así, se generan integraciones sociales que colectivamente se transforman en comunidades virtuales. En concordancia con Valdés y Cabrera (2013), las comunidades virtuales pueden definirse como “unidades básicas para la producción de información y conocimiento socialmente útil” (p. 06).

Cabe recordar que, dentro del mundo virtual se gestan muchas situaciones, prácticas e interacciones que están constantemente modificándose y adaptándose. Estas interacciones se crean dentro de límites sociales específicos, conocidos como comunidades virtuales, en las cuales, los integrantes comparten diferentes acciones y reacciones, muchas de ellas basadas en intereses comunes.

Estas comunidades presentan características específicas y eso implica compartir la propuesta de Ruíz Torres (2004), quien enlista las características básicas de las comunidades virtuales:

- a) *Son comunidades desterritorializadas.* No se comparte el territorio, pero se comparte el espacio virtual.
- b) *La geografía es contingente pero no determinante.* Existe una relación de correspondencia entre usuario y dispositivo electrónico, pero éstos no determinan la existencia de la comunidad, sino que se guía por pasiones y objetivos, problemas y empatías.
- c) *Sus miembros son ubicuos y el conjunto es irrepresentable.* Hay una identificación con la comunidad independientemente de donde se encuentre cada miembro, lo que propicia una dispersión de los integrantes pero que se unen por objetivos específicos.
- d) *Los nuevos sistemas de comunicación digital imponen un ritmo diferente a los intercambios en las comunidades virtuales.* Han surgido nuevas maneras de relacionarse (chats videollamadas, compartición de pantallas en tiempo real, etc.) e intercambios masivos de todo tipo de contenidos.
- e) *La interacción social tiene poca inercia y suele carecer de lugares referenciales fijos.* Es intermitente y poco predecible en tiempo y espacio la conexión de los participantes
- f) *Los sujetos son anónimos y se presentan con identidades múltiples.* Múltiples identidades se gestan y se dan situaciones que no permiten saber y/o identificar aspectos reales y concisos de quienes integran la comunidad (pp. 124-125).

Así, las comunidades virtuales son conjuntos humanos que pese a estar fijos y activos en el ciberespacio, se vinculan a un mundo real a través de las significaciones y contextos de sus participantes. Esta dualidad es la que el investigador, desde nuevos métodos de investigación, entre ellos la etnografía virtual (ver más sobre etnografía en el apartado 4.3), tiene que hacer visible para describir y explicar los actuales fenómenos sociales.

Jesús Martín Barbero (2010) menciona que “la experiencia cultural audiovisual trastornada por la revolución digital apunta hacia la constitución de



---

nuevas modalidades de comunidad (artística, científica, cultural) y de una nueva esfera de lo público” (p. 29). Por ende, entender estas nuevas acciones y situaciones sociales se ha vuelto una tarea que requiere atención interdisciplinaria. Desde los estudios antropológicos y sociales, hasta otras áreas como la pedagogía, la comunicación, la psicología, la misma informática, la lingüística, entre otras.

Desde esta perspectiva, *Facebook* puede verse como una enorme comunidad virtual que se conforma de ciertas prácticas, contenidos y acciones propias del espacio, todo, debido a la forma en que los usuarios estructuran su uso, a la información que circula en su interior y a las significaciones que éstos mismos usuarios le dan sentido al espacio virtual a través de la pertenencia al mismo, las identidades que se (re)producen e incluso los usos lingüísticos que pueden ser catalizadores y manifestantes de esas identidad y de la comunidad, tal como lo explica Diodato (2011) cuando menciona que:

El individuo de la comunidad virtual es un individuo nominal. En la comunidad telemática, la definición lingüística del rol configura el ser de un individuo, es decir lo identifica permitiendo su pertenencia a esa comunidad. Se trata de un individuo lingüístico cuyas propensiones y capacidades no están medidas o integradas por el lenguaje, sino que se dispersan en el lenguaje que adopta (p. 118).

De esta manera, al pensar en comunidades virtuales, es necesario no sólo hablar colectivamente de interacciones e intercambios informativos dentro de ciertos espacios en la web, también se ha vuelto parte de un proceso complejo la constitución de comunidades virtuales con características particulares que permitan una diferenciación y particularidades propias –identidad, elementos lingüísticos, símbolos o significaciones comunes–. Para ello, revisaremos en el próximo apartado las comunidades de práctica, concepto acuñado por Etienne Wenger (2001) para designar un cierto tipo de comunidad con elementos comunes e interacciones constantes, para posteriormente ser entendidas en el ámbito de lo virtual.

---

### **2.4.2 Comunidades de práctica sociales**

Hemos ya revisado el concepto de comunidad virtual, con el cual enfatizamos la importancia de la colectividad en aspectos identitarios, así como de las interacciones sociales dentro del ciberespacio. Es indudable que entre más posibilidades de acción y contenidos hallemos en el mundo virtual, mayor se vuelve la oportunidad de vincularse con el mundo físico y de generar estructuras sociales como lo son las comunidades. Esto debido a que cada usuario cuenta con un marco contextual referencial socio cultural con el cual se extiende la posibilidad temática informativa con más variedad de tópicos y de espacios para interacciones, lo que se refleja en ampliación de medios para relaciones e intercambios y con alcances para diversos tipos de intereses, de gustos y necesidades.

El concepto de las comunidades de práctica proviene de la teoría social del aprendizaje, la cual enfatiza la participación social como el centro de su interés. Esta teoría toma como base estos componentes que Wenger (2001) define de la siguiente forma:

- a) Significado: una manera de hablar de nuestra capacidad (cambiante) -en el plano individual y colectivo-. de experimentar nuestra vida y el mundo como algo significativo.
- b) Práctica: una manera de hablar de los recursos históricos y sociales, los marcos de referencia y las perspectivas compartidas que pueden sustentar el compromiso mutuo en la acción.
- c) Comunidad: una manera de hablar de las configuraciones sociales donde la persecución de nuestras empresas se define como valiosa y nuestra participación es reconocible como competencia.
- d) Identidad: una manera de hablar del cambio que produce el aprendizaje en quiénes somos y de cómo creamos historias personales de devenir en el contexto de nuestras comunidades (p. 22).

Tomando esto como base, la comunidad de práctica tiene como origen la comprensión de elementos propios de colectivos que comparten significados, identidad y elementos simbólicos. Por ello, hablar de este concepto es pensar en grupos de pertenencia; en la colectividad más que en el individualismo, aunque por una parte también las concepciones individuales tienen un peso importante.

---

Referirse a comunidades de práctica es también hablar de identidades y de la construcción de las mismas a través de una participación social. Al respecto, Etienne Wenger (2001) menciona que las comunidades de práctica se definen por un compromiso mutuo de afiliación. No solamente se entiende como un grupo de personas con alguna característica en común; tampoco es un sinónimo simple de grupo, equipo o red. Una comunidad de práctica debe verse como una empresa que se fundamenta en tres características básicas:

- 1) Compromiso mutuo
- 2) Empresa conjunta
- 3) Repertorio compartido.

Además, las comunidades de práctica cuentan con la figura de un moderador, quien se encarga de coordinar y moderar lo que ocurre dentro de la comunidad. No es precisamente un líder, pero sí alguien reconocido y que administra o gestiona mucho de lo que ocurre dentro de la comunidad.

Luego entonces, las personas que conforman una comunidad de práctica, son un grupo que comparte una preocupación, ciertos problemas o un interés común sobre cierto tema, y que, además, buscarán profundizar el conocimiento de esos problemas mediante la interacción continua (Sanz Martos, 2005). Dentro de ello, las prácticas sociales y/o culturales son elementos relevantes en el momento de la conformación identitaria y a la vez de una comunidad. Ambos tienen una labor concomitante para Wenger (2001) quien entiende que el ejercicio de conjunción entre identidad y práctica puede producir una caracterización de la identidad de cuatro diferentes formas:

- Identidad como experiencia negociada
- Identidad como afiliación a comunidades
- Identidad como trayectoria de aprendizaje
- Identidad como nexo de multiafiliación

Aquí es precisamente donde se amplía el vínculo con los otros conceptos revisados, ya que, por un lado, la identidad es un elemento básico para entender las prácticas, significaciones y construcciones simbólicas que las personas tienen en su interacción colectiva cotidiana, así como en los consumos que realizan. A su vez, para las comunidades de práctica, la misma identidad también es un elemento básico en la constitución colectiva y de participación grupal. Así, las comunidades de práctica atienden a necesidades, entornos comunes e intereses compartidos. Es imprescindible la figura del ya mencionado moderador, quien se encarga de gestionar, dinamizar y mediar las experiencias de los miembros a través de la integración y el sentido que se le otorga.

Además, respecto a la práctica, Wenger (2001) comenta que al referirse a la práctica siempre habla de práctica social, ya que:

Es hacer algo, pero no simplemente hacer algo en sí mismo y por sí mismo; es hacer algo en un contexto histórico y social que otorga una estructura y un significado a lo que hacemos (...). La «práctica» incluye tanto los aspectos explícitos como los implícitos. Incluye lo que se dice y lo que se calla, lo que se presenta y lo que se da por supuesto. Incluye el lenguaje, los instrumentos, los documentos, las imágenes, los símbolos, los roles definidos, los criterios especificados, los procedimientos codificados, las regulaciones y los contratos que las diversas prácticas determinan para una variedad de propósitos. Pero también incluye todas las relaciones implícitas, las convenciones tácitas, las señales sutiles, las normas no escritas, las intuiciones reconocibles, las percepciones específicas, las sensibilidades afinadas, las comprensiones encarnadas, los supuestos subyacentes y las nociones compartidas de la realidad, que, si bien en mayor parte nunca se llegan a expresar, son señales inequívocas de la afiliación a una comunidad (p. 71).

El mismo Wenger (2001) menciona que las comunidades de práctica “son una parte integral de nuestra vida diaria. Son tan informales y omnipresentes que rara vez son un centro de interés explícito, pero por las mismas razones también son muy familiares” (p. 24). Podemos entonces asumir que constantemente estamos inmersos en diferentes comunidades de práctica y la pertenencia puede volverse incluso, hasta cierto punto imperceptible, pero ciertas acciones implican a una persona ser parte de la misma. Esto lleva a pensar que, al estar también dentro del mundo virtual compartiendo e

---

interactuando, es consecuente la existencia de comunidades de práctica virtuales. En esta dirección se orienta nuestra discusión en el siguiente apartado.

### **2.4.3 Las comunidades de práctica virtuales**

Al hablar de comunidades virtuales, reiteramos que tienen características similares e intereses comunes entre los miembros, por lo que es lógico pensar en una comunidad de práctica virtual como una forma de comunidad virtual mucho más especializada y enfocada en elementos simbólico culturales dentro del mundo virtual. Por ello, para Jesús Galindo Cáceres (2006), la comunidad virtual es una forma social muy compleja que configura espacios de colaboración y supone diversas entidades independientes y simultáneas. Tiene una configuración cultural particular y requiere infraestructura. Además, tiene una indudable vinculación constante con la cibercultura. Vinculado al concepto de una comunidad de práctica, estas comunidades virtuales de práctica colaboran y comparten contenidos e intereses comunes.

Por su parte, Sanz Martos (2005) afirma que las comunidades de práctica pueden ser virtuales o presenciales y que “cualquiera de los dos modelos es igualmente válido, pero es fácil intuir que las tecnologías de la información y de la comunicación (TIC) pueden contribuir de manera positiva a la implantación y el desarrollo de las CP” (p. 27), ya que el uso de éstas, abre un abanico de posibilidades a las múltiples prácticas y consumos dentro de los espacios virtuales.

De esta manera, se retoma la caracterización de Wenger (2001) previamente mencionada para centrar y vincular de mejor forma lo que se realiza en este trabajo de investigación, por ello, se considera que puede comprenderse una comunidad de práctica virtual en *Facebook* porque cumple con los tres requisitos de la siguiente manera:

1. Compromiso mutuo: Al producir y/o participar en publicaciones de forma constante en páginas similares y con contenidos apegados a ciertas temáticas específicas.
2. Empresa conjunta: La conjunción de intereses y necesidades que pueden ser similares, tales como la comprensión de significados y la compartición de contenidos que realzan. Todo esto enfundado en diversas interacciones constantes entre los usuarios.
3. Repertorio compartido: Seguir páginas similares, consumir y/o compartir contenidos comunes, todos con el común denominador de estar relacionados a Chiapas.

Sumado a eso, para el caso de esta investigación, el moderador es el administrador de la página, el que gestiona los contenidos acordes a los intereses que la misma comunidad ha ido intercambiando o solicitando por el tipo de contenido que se manejan. Además, habrá de adaptar contenidos a las condiciones que la misma comunidad requiere y exige, tal como lo considera Sanz Martos (2005): “el moderador transforma contenidos relacionados pero dispersos en contenidos estructurados y fácilmente recuperables” (p. 32). En el caso de esta investigación, es el moderador/administrador de cada página de *Facebook* – y que finalmente también es miembro de la comunidad– quien retoma contenidos actuales, los adapta acorde a los intereses de la misma y los comparte.

Así, Barragán (2015) reflexiona acerca de cómo en una comunidad de práctica virtual se perciben rutas de transformación y de acción social, así como la conformación de capitales social y cultural, los cuales pueden llegar a convertirse en una estrategia potente de intervención en el ámbito social y cultural, ya sea individualmente o de forma colectiva. Por ello, una comunidad de práctica virtual es posible gracias al sinfín de interacciones y prácticas que se gestan dentro de ellas, con sus miembros compartiendo intereses comunes que se reflejan en consumos culturales individuales y colectivos. Ahora bien, claramente es imposible identificar y entender una comunidad de práctica sin considerar la identidad como un elemento primordial que le otorga sentido de afiliación y pertenencia. Por ello, las comunidades de práctica virtuales en este trabajo de investigación están fuertemente conformadas por aspectos de

identidad chiapaneca creados a través de símbolos compartidos, contenidos comunes, vínculos emocionales y aspectos de origen territorial –como los usos lingüísticos y la comida–, siendo los usuarios chiapanecos dentro de *Facebook*, un reflejo de comunidad de práctica virtual.

Por ello, es importante ahora hacer una revisión de los contenidos a los que los usuarios tienen acceso, los cuales se construyen a través del uso y modificaciones del lenguaje, símbolos, situaciones cotidianas, hechos actuales y demás elementos atribuidos a Chiapas.

## **2.5 Ciber contenidos compartidos**

En *Facebook* los usuarios consumen diversos contenidos que circulan cotidianamente y a gran velocidad, los cuales pueden ser o no de su autoría; pero sí de su interés por razones diversas. Esta red se ha vuelto un espacio básico de sociabilización e intercambios donde lo sociocultural se hace presente y rescata elementos de la vida real y cotidiana que demarca usos del espacio virtual.

Anteriormente ya se ha hablado sobre el mundo de información que es posible hallar en Internet. Esto propicia contenidos sumamente variados y contruidos para diversos fines. Pero es importante considerar que el uso y las implicaciones que esta información tiene, depende mucho de los usuarios, quienes van a guiar el funcionamiento de dichos recursos informáticos, a esto, Crovi Druetta (2006) expresa que:

El espacio ilimitado de Internet permite contar con un mayor volumen de información. Esta información, sin embargo, suele ser poco confiable y volátil, ya que su permanencia es discrecional. La participación de los receptores, la posibilidad de contextualizar los acontecimientos, los mensajes masivos, grupales o personales, el acceso a información original, son recursos que están ahí, esperando que cada vez más seamos capaces de sacarles provecho (p. 05).

Luego entonces, los usuarios participan activamente como productores, reproductores y/o consumidores de información, lo que permite la integración personal y colectiva a la web y por consiguiente, presentar una identidad como parte de esa presentación virtual. Así, haciendo una retrospectiva al análisis de la identidad dentro de espacios virtuales, Martín Barbero (1989) entiende que parte de los procesos sociales en estos espacios tiene 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” (p. 94). 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.

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, tal como lo aseveran López Bonilla y Pérez Frago (2009), “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” (p. 92). Por ello, en el siguiente apartado, se hace un análisis acerca de cómo los discursos se articulan con el lenguaje dentro de los contenidos en internet, lo que se refleja en implicaciones al momento de consumir, interactuar y relacionarse en los espacios virtuales.

### **2.5.1 Identidad y elementos lingüísticos en los discursos en la web**

Es indudable que la construcción de discursos en los diferentes contenidos en *Facebook*, está vinculada a elementos identitarios. Para 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 deseo. Responde interrogantes relacionadas a la persona que utiliza este canal informativo, porque le interesa expresar algo; dichos intereses dependen las formas de uso y mensajes emitidos.
3. El discurso como poder. Implica la utilización cargada de elementos de dominación, sometimiento o ideologías. El discurso social es sinónimo de un estatus de jerarquías y representaciones de poder en la sociedad (Barbero, 1989).

Luego entonces, *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 puede devenir de ideologías, modelos mentales y creencias, tal como lo considera Teun Van Dijk (2004) 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” (p. 19). 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. Las tendencias ideológicas son impuestas en los contenidos de parte de cada administrador y al ser expuestas públicamente, entran también el juego de valoraciones e interés por parte de sus seguidores e incluso de censura por ellos y la misma red social.

Así, el discurso forma parte indisociable de las interacciones sociales y cuando estas se trasladan al plano de lo virtual, el discurso continúa siendo primordial para comprender cómo esas acciones e interacciones conforman un

espacio socio virtual específico, cuyos diferentes elementos permiten comprender, como sucede en *Facebook*, la articulación de contenidos diversos, en los cuales la identidad juega un papel fundamental al ser constituida de elementos socioculturales y lingüísticos provenientes de los contextos espaciales, sociales, territoriales y culturales donde se generan dichos contenidos, para luego ser (re)construidos en las plataformas virtuales.

Al hablar de discursos e identidad en *Facebook*, también es necesario hacer énfasis en el rol del 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, Fernández-Ardèvol, *et al* (2007) 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” (p. 279). 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. Estos discursos siguen una forma de construcción muy acorde al uso del lenguaje y al contexto en donde se generan.

Respecto a esto, es pertinente hacer mención de las funciones del lenguaje de Roman Jakobson (1956), que han estado presentes en el estudio del lenguaje y la comunicación desde hace muchos años. De acuerdo con Susana González (2000), el planteamiento de Jakobson relaciona al sujeto hablante sobre el sistema de la lengua y con el proceso de la significación. Así, Jakobson propone un modelo de comunicación integrado por seis elementos:

- Un emisor
- Un receptor
- Un mensaje
- Un canal
- Un código
- Un contexto

A esto, González (2000) menciona que para que un mensaje sea eficiente, “requiere de un contexto de referencia, de un código común al destinador y al destinatario y de un contacto, canal físico y conexión psicológica que permite establecer y mantener la comunicación entre el hablante y el oyente” (p. 141). Así, el proceso del modelo de Jakobson funciona a través de la vinculación y desarrollo de cada uno de los elementos. Por ello, compartimos la apreciación de Ericka Vargas (2015), cuando describe la forma en que Jakobson entiende su proceso de comunicación y la relación de los componentes:

El proceso surge en el destinador (o emisor), quien elabora un mensaje utilizando un código –entendido como el sistema de signos que obedecen reglas organizacionales propias de una lengua y que permiten formular la experiencia– y lo dirige hacia un destinatario (o receptor). Para lograr una interpretación exitosa del mensaje, se requiere de un contexto o punto de referencia compartido entre los participantes en un momento dado y la situación comunicativa determinada, y debe haber entre ellos un contacto o canal físico que haga llegar el mensaje, por ejemplo: un teléfono, un periódico, un televisor (p. 146).

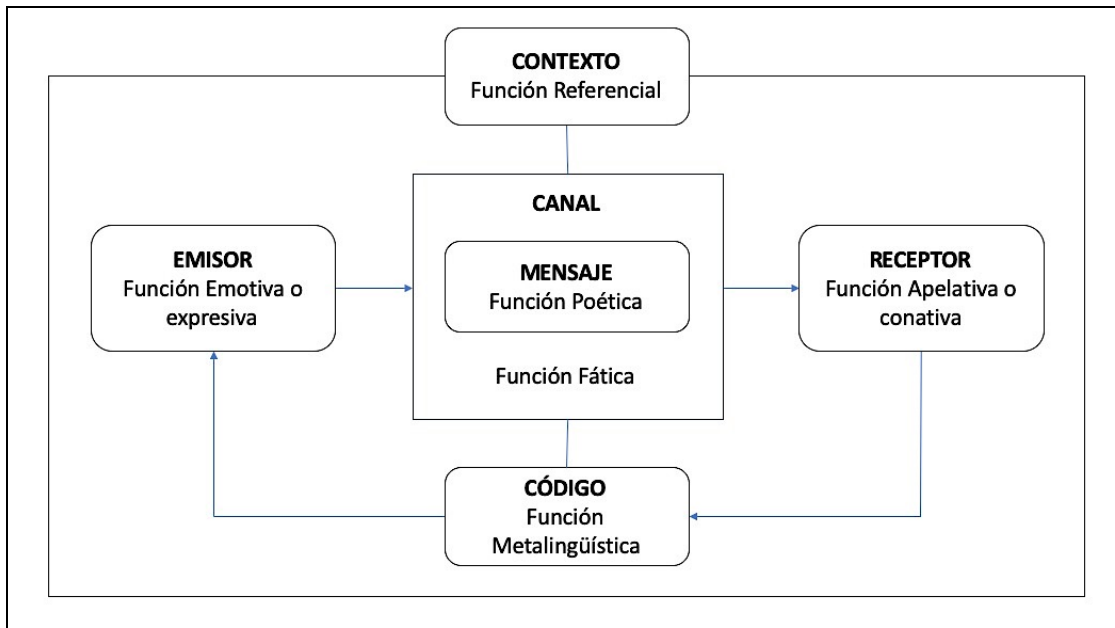
De esta manera, es posible dilucidar la forma en que los contenidos de *Facebook* son recibidos e interpretados, dado que es necesario tener conocimiento preciso del código para lograr comprender muchas de las publicaciones que se comparten. Al momento de enviar un mensaje, se comparte un código y un contexto que buscan un total ciclo de interpretación y respuesta por parte de los seguidores. Es indudable que al momento de crear y gestionar contenidos, cada administrador construye y envía mensajes que son consumidos por sus seguidores, con quienes hay un código y/o un contexto común.

A través de su modelo, Jakobson plantea la existencia de seis funciones del lenguaje que corresponden a cada uno de los elementos que componen su modelo de comunicación (ver esquema 1). Estas funciones –basándonos en González (2000) y Vargas (2015)–, son:

- **Emotiva o expresiva.** Pertenciente al emisor. Implica la actitud o la posición emotiva del que trasmite un mensaje. De acuerdo con González (2000), “se refiere a la actitud del hablante respecto de lo

que dice y que se identifica en el proceso comunicativo mediante las interjecciones” (p. 141).

- **Apelativa o conativa.** Esta función es precisa del receptor. En quien, de acuerdo con Vargas (2015), “se busca influir en su pensamiento o en sus acciones y halla su más pura expresión en el vocativo y el imperativo” (p.147). Se busca una respuesta del mismo.
- **Poética.** La función poética está apegada al mensaje. Vargas dice que en este tipo de función se “pretende asignar la mejor forma posible a aquello que se desea transmitir, lo cual implica meditar en torno a la selección de las palabras y su combinación” (p. 147).
- **Referencial.** Esta función es propia del contexto. Sirve como un referente. Vargas (2015) explica que esta función “se orienta hacia el contexto y surge cuando se transmite información objetiva por medio de oraciones declarativas” (p. 147).
- **Metalingüística.** Este tipo de función está vinculada al código del mensaje. Es el lenguaje mismo. A esto, González (2000) considera que esta función está presente “Cuando precisamos el significado de las palabras o cuando definimos el sentido de lo que decimos” (p. 141)
- **Fática.** La función fática va de la mano con el canal en el que se envía el mensaje. Vargas (2015) menciona que en esta función “se busca llamar la atención del interlocutor para atraerlo e involucrarlo, de tal manera que se crea un vínculo destinador-destinatario y un interés en lo que se transmitirá” (p.147).



**Esquema 1:** Modelo de comunicación y funciones del lenguaje de Jakobson. Elaboración propia con base a Vargas (2015).

Las funciones del lenguaje de Jakobson permiten entender cómo son los procesos comunicativos basados en los contextos donde se generan y los códigos compartidos. Por ello, entendidos dentro del mundo de lo virtual, los significados otorgados son construidos con base a una identificación con dichos contenidos y sus respectivos discursos. Éstos se presentan en diferentes formas, como dibujo, video, fotografía, texto- y son guiados y/o enfocados con un fin particular, donde cada administrador de contenidos determina dicha acción. Por otra parte, la interpretación de los mismos es guiada y entendida gracias a los referentes socioculturales del seguidor de las páginas, quien relaciona su entorno cotidiano –familiar, amistoso, escolar, etc.– con los discursos presentados en las páginas que sigue. Por ello, la importancia que las funciones del lenguaje tienen para todo proceso comunicativo y de interpretación.

De esta forma, el aspecto discursivo requiere ser abordado para entender cómo los textos publicados van a vincularse con la identidad del usuario en *Facebook* dado que el uso del lenguaje es parte fundamental del proceso de

---

entendimiento y significación del mismo discurso, por lo que se requiere una amplia empatía sociolingüística por parte de los seguidores de las páginas de *Facebook* que se estamos estudiando. Al respecto, 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, por lo que el mismo Van Dijk (2000) afirma que:

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 (p. 21).

Por ello, es necesario hacer énfasis en el hecho de que, en las páginas de *Facebook* existe una (re)construcción discursiva donde el administrador, además de hacer uso de un lenguaje familiar a los seguidores, debe también basar gran parte de su discurso en elementos de su contexto sociocultural. De esta manera, discurso y contexto sociocultural se vuelven necesarios en la construcción, entendimiento y significación de los mensajes.

Además, hay que destacar la importancia de que el lenguaje ayuda al proceso comunicativo no sólo a lograr un entendimiento, sino también al hecho de establecer relaciones apropiadas; y por ende, optimizar la socialización como elemento fundamental de este tipo de ciberespacios, tal como explica Vargas (2015): “las funciones del lenguaje de Jakobson ayudan a comprender mejor el papel que tiene cada factor del hecho discursivo y, por ende, a identificar el énfasis de cada enunciado” (p. 154). Así, en el ciberespacio se buscan vinculaciones con base a la comunicación. Al respecto, Sánchez y Aguaded (2002, en Berlanga y Martínez, 2010) explican que: “la red no sólo plantea una comunicación para transmitir, sino que especialmente contempla una comunicación para relacionarse” (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, es importante considerar que, como parte de este trabajo, se destaca que el lenguaje en *Facebook* presenta particularidades en tres modalidades específicas:

- A través del uso del lenguaje cotidiano por parte de los usuarios, donde los signos y códigos de su realidad son llevados a la red de forma literal para lograr procesos comunicativos concretos con fines específicos.
- Mediante las adaptaciones que sufre ese lenguaje cotidiano y que se manifiestan de diversas formas acordes a las permisiones o facilidades 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.
- De acuerdo a los códigos específicos que emanan de la misma conceptualización de la plataforma de *FB* los cuales se vuelven fundamentales para el funcionamiento específico de la misma red. 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 una herramienta comunicativa propia de *Facebook* y su uso es cotidiano e incluso forzado para la interacción con algunas publicaciones y permiten reconocer la expresión que representan.

De esta manera, las formas sociolingüísticas son importantes al momento de presentar discursos en *Facebook* que permiten enviar mensajes con características socioculturales específicas; que logren ser entendidos en la medida en que se identifican los seguidores con dichos contenidos presentados; y que cobran importancia en su constante utilización por parte de los usuarios y la reproducción de las mismas en los diferentes contenidos publicados.

### **2.5.2 Publicaciones en Facebook**

Para el caso específico de *Facebook*, hay posibilidades de contenidos acordes con lo que la misma red social permite (ver apartado 1.3) y con el aprovechamiento máximo de las mismas. Recordemos que, tanto en *Facebook*, como en otras redes

---

sociales, parte fundamental de su funcionamiento son las publicaciones de los acontecimientos “al momento”, “al instante” o de situaciones emergentes, las cuales nutren mucho los contenidos en la web. Así mismo, cada usuario va (re)dimensionando sus intereses y gustos para moldear de manera específica el uso correspondiente a su espacio personal. Por ende, de acuerdo con López y Ciuffoli (2012) existen contenidos generales y contenidos específicos que se le presentan a cada usuario conforme a las redes de amigos que tienen y de las páginas que siguen:

Si concebimos a *Facebook* como un medio personalizado, seguramente tendremos una ‘agenda emergente’, producto de la participación activa de todos los usuarios de la red. Pero a su vez, cada usuario tendrá una ‘agenda a la carta’, en función de sus intereses, y de su propio grafo social. (p. 97)

Entonces, muchos de estos contenidos en *Facebook*, implican una construcción de diversos elementos -visuales casi en tu totalidad- que permiten captar la atención de los seguidores y generan interés e interacciones. Y aunque existe una limitante por las mismas políticas y consideraciones que la red misma ha ido creando acorde a diferentes situaciones (ver apartado 1.5) también parte de la evolución y capacidades que permiten un uso más adecuado de la red.

Así, es común hallar dos formas de contenidos –y por ende, de consumos– en *Facebook*: los públicos y los personales. Por ello, Flores (2009) 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 compararla 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” (p. 76), 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 contenidos y consumos personales van de la mano con las necesidades y gustos al consumir (ver 2.2.1) y están generalmente vinculados con la formación social o profesional, la personalidad y la concepción identitaria de cada uno de los usuarios, dado que el contexto virtual permite una presentación tanto personal y colectiva, tal como lo expresa Ayala (2013) cuando menciona que:

Las expresiones de los usuarios en esta red social parecieran ser parte de una caracterización hecha consciente o inconscientemente para dar a conocer sus ideas en relación a la construcción de una imagen personal que se desea proyectar en ese contexto virtual (p. 47).

Y es esa misma presentación identitaria de la ya se ha hablado y la que está constantemente en las acciones de cada usuario dentro de la web y sus redes sociales. Esto, nuevamente lleva a considerar que es muy extensa la cantidad y variedad informativa que puede encontrarse en espacios como *Facebook*. Reflejo de esto, es cómo en la actualidad, estamos inmersos en constantes flujos informativos que -día con día-, se hacen públicos y que vinculan la vida social y cotidiana con los usos y aplicaciones que pueden darse a la web. Gracias a estos flujos, la compartición de contenidos es cada vez más amplia y activa.

La variedad de formas de la información en la red, se adapta a las exigencias de los usuarios y a las capacidades de presentación en un perfil personal o bien, en una *fanpage*. Al respecto, Vilma Núñez (2015) enlista los tipos de contenidos que pueden ser encontrados en *Facebook*: texto, foto, videos, notas, eventos, ofertas, URLs. Así mismo, sumamos a esa lista, la existencia y consumo de videos en vivo, *hashtags*, opiniones personales, concursos, juegos y retos, manuales, guías y consejos.

Este tipo de información está constantemente circulando y es abierta al público. Además, es común que sea producida y reproducida, por lo cual muchas veces se generan contenidos viralizados<sup>22</sup> que se vuelven un *boom* social en todo

---

<sup>22</sup> El efecto de viralización de un contenido se da cuando este último suscita un gran interés en los usuarios, los cuales lo comparten de forma masiva y ayudan en su propagación por el medio, generando una cadena e incrementando en gran medida la visibilidad y el impacto del mismo. (Aftermarketing, 2017)

---

el mundo. Para que esta viralización surta efecto, es necesaria la constante interacción entre usuarios que permita generar interés, impacto social y mediático. Las relaciones sociales y la puesta en bandeja de muchos contenidos ayudan a la amplia heterogeneidad informativa.

Un ejemplo claro y muy presente en la actualidad sobre elementos viralizados son los memes. Estas imágenes (y algunos videos) que son producidos, replicados, compartidos, modificados y exaltados gracias al impacto y gusto que han generado de unos años a la fecha. Por ello, en el siguiente apartado, se hace una revisión más a profundidad sobre lo que son los memes y su importancia en el mundo virtual actualmente.

### ***2.5.2.1 Los memes en la red: lo cultural en una imagen***

Los memes en internet son más que un fenómeno. Han pasado de ser una novedad y un gusto -a veces culposo, otras tantas una afición- hasta llegar a ser una realidad y un elemento que permite y exige un análisis profundo más allá de lo discursivo o lo semiótico. Los memes son el elemento con mayor presencia en las *fanpages* que se estudian en este trabajo. Ocupan cerca del 80% de los contenidos compartidos. Así mismo, son elementos que ha cobrado importancia debido su simpleza, síntesis y vinculación discursiva efectiva, por ello, es importante para este trabajo hacer una revisión sobre ellos.

El origen del término, de acuerdo con Gabriel Pérez (2017), data desde la visión de la zoología evolutiva propuesta por Dawkins (1976), donde encontró patrones repetitivos de cantos de aves que se generaban de manera constante. Por su parte, Arango (2015) equipara un aspecto comparativo y de estructuración del meme con lo genético y busca desmenuzarlo desde lo más sencillo, mencionando que mientras un gen transmite información genérica, el meme la transmite de forma cultural, longitudinal u horizontalmente, a través del aprendizaje.

Desde las Ciencias Sociales, se entiende al meme<sup>23</sup> mediante procesos comunicativos, con repeticiones constantes y acondicionamientos dados por el contexto donde se desarrolla. Así, Pérez (2017) afirma que “el meme adquiere un uso que es socialmente construido; es decir, es un fenómeno que ocurre al interior de grupos y comunidades, donde a partir de una muy compleja red de interacciones, se establece su sentido” (p. 09). También, es importante aclarar que más allá de la importancia de la repetición constante, un meme puede definirse más allá de aspectos virales y de réplicas. Gómez García (2013) entiende al meme como “cualquier unidad de información cultural, puede tratarse de melodías, modas, frases pegajosas, chistes, *jingles*, chismes, *marketing* viral y la adopción de nuevas tecnologías, ideas, hábitos” (p. 3). Por su parte, Pérez (2017), también suma la importancia de la viralización y menciona que: “en términos generales, un meme ha sido definido como cualquier unidad cultural que es replicada. De esta manera, se trata no sólo de imágenes o de videos que alcanzan millones de reproducciones en poco tiempo, sino de cualquier manifestación cultural” (p. 06).

A su vez, Luis Gabriel Arango (2015) hace más énfasis en la importancia de la transmisión cultural del meme y su origen desde las teorías de la difusión cultural: “los llamados memes son, de acuerdo con teorías de difusión cultural, una unidad de información cultural que se transmite de un individuo a otro o de una generación a otra” (p. 112). El meme sufre una contextualización necesaria para el entendimiento de quienes lo pueden ver y compartir, ya que, como lo explica Gabriel Pérez (2017), “quienes los han visto, conocen su significado y la manera en que es empleado, y en última instancia, además existe la posibilidad de que los repliquen, con o sin modificaciones” (p. 12).

Sussan Blackmore (1999), abunda al término desde el aprendizaje social a través de la transmisión y la imitación de la cultura: “nos copiamos

---

<sup>23</sup> El meme tiene su origen desde la genética evolutiva, de acuerdo con Arango (2015) “Fue Richard Dawkins quien acuñó el término en el libro *El gen egoísta*, por la semejanza fonética con gene (gen en inglés) y para señalar la similitud con memoria y mimesis. Para Dawkins, las ideas, los hábitos y las tradiciones van comunicándose. Así, lenguajes, conocimientos, mitos, ritos, etc., son aprendidos” (p. 112).

---

constantemente y subestimamos lo que eso conlleva porque la imitación nos parece tan normal. Cuando nos copiamos, algo se transmite. Ese algo, es un meme” (p. 91). Así, la transmisión cultural y la aprehensión cultural a través de los memes se ha vuelto un común en la sociedad actual y en ese mundo que va virtualizándose gradualmente, rompiendo fronteras físicas, lingüísticas, culturales y mediáticas. Un fenómeno de tal envergadura no debe pasar desapercibido. Y es que la compartición de memes se ha potencializado gracias al uso y consumo en la web, que permite una permanencia más constante y de mayor alcance, por lo que concordamos con Pérez (2017) cuando asevera que: “Los memes no se replican por sí mismos [...] en los entornos virtuales, puede ser a partir de recursos como el botón de ‘Compartir’ en *Facebook*, o el Retweet (RT) en Twitter; entre muchas otras posibilidades” (p. 38), y esto de alguna manera, define adecuadamente la importancia de los memes en el entorno virtual y viceversa, todo aunado a la estructuración primeramente como una red social y a la vez como comunidades virtuales con múltiples acciones e interactividades.

El mismo Pérez (2017), enlista una taxonomía de los memes basado en la propuesta de Da Cunha (2007), donde rescata elementos como la fidelidad, la longevidad, la fecundidad y el alcance que éstos tienen para entender sus características de existencia en la web. La fidelidad hace alusión a la cantidad de modificaciones con la que un meme es replicado. La fecundidad tiene que ver con la tasa de reproducción de un meme. La longevidad se refiere al tiempo que permanece en el acervo de un grupo; y finalmente el alcance, es la extensión geográfica que logra un meme (ver cuadro 2).

<p><b>1. Fidelidad</b></p> <p>- ← → +</p> <p>Metamórficos <i>Altos índices de mutación y de recombinación</i></p> <p>Replicadores <i>Presentan una reducida variación y una alta fidelidad con respecto al original</i></p>
<p><b>2. Longevidad</b></p> <p>- ← → +</p> <p>Volátiles <i>Tienen un corto periodo de propagación</i></p> <p>Persistentes <i>Son replicados durante un tiempo considerable</i></p>
<p><b>3. Fecundidad</b></p> <p>- ← → +</p> <p>Fecundos <i>Lenta propagación</i></p> <p>Epidémicos <i>Se expanden de manera muy amplia y muy veloz</i></p>
<p><b>4. Alcance</b></p> <p>- ← → +</p> <p>Locales <i>Áreas geográficas limitadas</i></p> <p>Globales <i>Usados en muy variados contextos y espacios</i></p>

**Cuadro 2:** Taxonomía de los memes. Tomado de Pérez Salazar (2017, p. 28)

A su vez, basándose en los planteamientos de Dawkins y Da Cunha, ya mencionados sobre la clasificación y comprensión de los memes, Pérez (2017) propone que:

cuando la replicación ocurre al interior de distintos grupos dispersos geográficamente, pero con lazos de comunicación entre ellos y ubicados en tiempos más o menos coincidentes, se trata de una replicación transversal; mientras que cuando persiste a lo largo del tiempo, es una replicación longitudinal (p. 28).

Y es que los memes son expresados de diferentes formas en la web, dando lugar primordial a las imágenes fijas y las audiovisuales. La imagen está siempre en lo virtual. La imagen es lo que le da peso y relevancia frente a otros espacios sociales y culturales. Lo visual y lo virtual están constantemente de la mano. No por nada el auge y consumo de dispositivos inteligentes con pantallas y con

---

características tecnológicas cada vez más avanzadas, que implican un fuerte impacto hacia la producción y consumo visual.

Por ello, es necesario tomar en cuenta que una imagen puede estar llena de diferentes significados que cada usuario va entendiendo acorde a su constitución sociocultural y el entorno en el que se encuentra. Donis A. Dondis (2011) destaca la importancia de lo visual en todo momento para las personas, así considera que la información visual:

puede tener también una forma definible, bien sea mediante un significado adscrito en forma de símbolos, bien mediante la experiencia compartida del entorno o de la vida. Arriba, abajo, cielo azul, árboles verticales, arena áspera, fuego rojo-naranja-amarillo son unas cuantas cualidades denotativas que todos compartimos visualmente. Por ello, sea consciente o inconscientemente, respondemos a su significado con cierta conformidad (p. 35).

Entonces, sucede que la importancia de los memes, ya no sólo radica en la repetición y viralización constante de los mismos, sino también en la conexión cultural a través de lo simbólico y lo semántico. Por ello, tal como también lo expresa Dondis (2011), una imagen verá su importancia de expresión en la recepción que cada persona puede tener de la misma desde su propia percepción, pero basado en su contexto y campo referencial:

Expresamos y recibimos mensajes visuales a través de tres niveles: representacionalmente –aquello que vemos y reconocemos desde el entorno y la experiencia–; abstractamente –cualidad cinestética de un hecho visual reducido a sus componentes visuales y elementales básicos, realizando los medios más directos, emocionales y hasta primitivos de confección del mensaje–; simbólicamente –el vasto universo de sistemas de símbolos codificados que el hombre ha creado arbitrariamente y al que adscribe un significado–. Todos estos niveles de obtención de información se solapan y están interconectados, pero es posible establecer entre ellos las distinciones suficientes para analizarlos, tanto desde el punto de vista de su valor como táctica en potencia para la confección de mensajes, como del ángulo de su carácter en el proceso de visión (p. 83).

Por ello, retomando la consideración de Dondis (2011), definimos la importancia y repercusión de los memes desde los aspectos de identidad, consumo y comunidad, a través de los tres niveles de su propuesta:

- Lo referencial, tomando como base el contexto cultural que se relaciona con las comunidades de pertenencia de un usuario, tanto dentro como fuera de lo virtual.
- Lo cinestésico, entendiendo a la identidad como una determinante al momento de consumir contenidos con características propias próximas y de interés para el usuario.
- Lo simbólico, donde hay un sinfín de símbolos cargados de muchísimos significados que son entendidos y aceptados conforme a la construcción identitaria que el usuario está asumiendo dentro de la red social.

Luego entonces, la producción y el consumo de memes son actividades comunes en *Facebook*, su importancia va más allá de la simple diversión. Hay que entenderlo desde aspectos de significación simbólica e identitaria, ya que el usuario, al estar inmerso en un espacio virtual, se somete a la presentación de una imagen personal, por ello, lo que es y lo que proyecta, puede ser entendido a través de sus consumos, tal como menciona Pérez (2017) al afirmar que:

así como un meme sólo puede ser analizado a partir de sus expresiones observables, lo mismo ocurre con la identidad. En estricto sentido, desde las Ciencias Sociales no se estudia de manera directa la identidad de un sujeto, sino más bien, los rasgos visibles que la expresan en sus interacciones (p. 85).

Así, los memes en internet abarcan un sinfín de temáticas y de formas, por lo que Arango (2015) considera que “actualmente, en la cultural digital los memes son entendidos comúnmente como cualquier texto, imagen o video que, con cierto sentido humorístico, se comparte en las redes sociales” (p. 115). Además, su presencia en la web es una parte muy significativa de la información que circula en *Facebook* y en otras redes sociales, ya que desde un aspecto individual como colectivo, la producción, reproducción, compartición y el consumo de memes se ha vuelto común, por lo que Pérez, (2017) considera que “se siguen haciendo presentes, manteniendo con ello su presencia en el acervo cultural de grupos determinados” (p. 9) y dotándoles de nuevas características de uso y

presencia en espacios virtuales, donde se reflejan aspectos de las individualidades y elementos grupales socio culturales que acompañan a todo usuario al momento de hacer uso de los espacios virtuales.

## **2.6 Recapitulación**

En el capítulo, se han abordado los elementos teórico conceptuales que enmarcan a este trabajo de investigación y guían los análisis y reflexiones del objeto de estudio. Si bien, han sido diferentes elementos que lo componen, la base se centra en puntualizar los conceptos de cibercultura, consumo cultural, identidad, comunidad de práctica y los ciber contenidos.

Se ha revisado el término cibercultura, la cual hemos definido como la nueva posición del ser humano frente a los entornos virtuales. Su presencia va creciendo y evolucionando conforme la tecnología se modifica. Es indudable que la cibercultura marca las pautas actuales de muchos procesos del ser humano, entre ellos, el consumo.

Por otro lado, ha sido necesario hablar sobre el consumo cultural, el cual también ha ido adaptándose a las nuevas necesidades y oportunidades que cultural y socialmente se gestan. Es de esta forma que mucho del consumo cultural en la actualidad está enfocado en el consumo informativo en internet, siendo las redes sociales un foco importantísimo de generación de contenidos y, por consiguiente, de consumo de los mismos. Así, hemos discutido las diferentes formas y concepciones del consumo acorde a cada usuario dado que esta actividad es común y se torna proyectiva e integrativa. Al ser proyectivo, el consumo es definido por intereses, gustos, así como elementos identitarios que dan pauta. Por su parte, el consumo como integrativo, debido a que es posible conformar grupos comunes con base a los intereses y a la identidad, así se generan los grupos homogéneos.

Otro de los conceptos revisado ha sido el de identidad, la cual forma parte de los usuarios y permite una presentación de la persona en lo virtual, pero sin



apartar situaciones y elementos que son propios de lo físico y que se manifiestan en los consumos y modos de actuar en la web, siendo *Facebook* uno de esos espacios. La identidad permite visualización y definición de acciones y consumos en *Facebook*, lo que puede ser de forma individual pero también a través de una colectividad.

Un ejemplo claro de esta conformación colectiva son las comunidades de práctica virtuales, otro de los conceptos necesarios para este trabajo y las cuales se constituyen a través de la identidad, interacciones sociales y otros elementos comunes. Por ello, al momento de consumir en *Facebook* contenidos con temas, símbolos o elementos que pueden ser identificados y comprendidos, los seguidores crean una comunidad que comparte contenidos y significados similares y de interés general con los miembros.

Debido a que los contenidos en internet han ido evolucionando y ampliando su alcance debido a las características de los mismos y los significantes que llevan consigo, se habló sobre un ejemplo común y constante de contenidos intercambiados en *Facebook*, que son los memes, publicaciones que toman parte de la vida cotidiana y situaciones socioculturales comunes que son llevadas a lo virtual y contextualizadas. Estos se replican, se modifican y generan diversos tipos de interés.

Ahora bien, esta conjunción de usuarios con prácticas, intereses, significados e interacciones comunes propician una estructuración más compleja, que va más allá de la comunidad de práctica, ya que también se hacen de un espacio virtual sociocultural que refleja situaciones del mundo físico pero que también tiene características particulares basadas en esas mismas interacciones y acciones. Esto es, una región de estudio. Por ello, en el apartado próximo se plantea la construcción regional que propone este trabajo de investigación basado en algunos elementos teóricos ya abordados, así como de otros más que complementan y dan bases específicas al campo de los estudios regionales.

## **CAPÍTULO 3 – REGIONALIZACIÓN DEL CIBERESPACIO**

La configuración de una región de estudio en donde se ubica una problemática a investigar es una tarea al que se obliga un investigador en el marco de los estudios regionales. Para este trabajo de investigación, debe ser vista desde un enfoque ubicado en el entendimiento de lo social dentro del mundo virtual. Por ello, en este capítulo, se presenta la propuesta de una región ubicada en un ciberespacio como es *Facebook* y a su vez, se expresa como una reflexión para entender procesos sociales en los espacios que la tecnología ha ido ganando terreno y modificándolos acorde a las situaciones globales y locales que permiten redefinir esos mismos espacios y diversos procesos socioculturales que se gestan a través de los mismos.

### **3.1 Los Estudios Regionales: entendiendo una región de estudio**

Cuando hablamos de región, hay diferentes definiciones y modos de entenderla y estructurarla, siempre considerando que una región no puede verse desde una sola perspectiva. El concepto de región ha sido visto históricamente desde diferentes posicionamientos, donde conceptos como lugar, territorio y espacio, están constantemente tomando partida para explicar cabalmente un problema de investigación.

Es necesario entender que ninguna región es fija, siempre está en constante cambio acorde a procesos a los que puede enfrentarse o de los que se conforma. Al respecto, concordamos con Hettne y Soderbaum (2000) ya que “Cuando hablamos de regiones lo que queremos decir es regiones en construcción. No hay regiones ‘naturales’ ni ‘dadas’, éstas se crean y se recrean en el proceso de transformación global” (en Alzugaray, 2009, p. 04). Por ello, antes de entrar de lleno a la explicación de la región de estudio considerada para este trabajo, es importante hablar generalidades sobre lo que implica una región y los estudios regionales, en términos teóricos o disciplinarios.

De acuerdo con López y Ramírez (2012), región atiende mayormente a ser “un instrumento que permite identificar zonas homogéneas naturales o de integración natural-social-cultural” (p. 32), mientras que la regionalización es una especie de “recurso técnico usado como herramienta para formular diferentes tipologías de regiones, necesarias en trabajos de planeación o de diferenciación regional de zonas específicas” (p. 32). Por su parte, Pons y Chacón (2007), entienden a la regionalización como el ejercicio que lleva a cabo el investigador al construir su región de estudio.

Además, es necesario también tener en cuenta dos aspectos muy importantes respecto a la regionalización y las regiones: primero, que la regionalización busca la inclusión disciplinar que permite entender un fenómeno a través de diferentes miradas y concepciones teórico metodológicas que amplifican el camino hacia el conocimiento; y segundo, que los procesos locales de una región construida no bastan para entenderla, sino que estos procesos están ligados a otros de carácter global y que deben considerarse siempre. Algunos de los autores con esta visión son García Canclini (1999 a, b), Ferrero (2006), Gilberto Giménez (2007), Amartya Sen (2007), Ulrich Beck (2008). Ellos entienden a la región a través de diferentes miradas no sólo disciplinares, sino de problemáticas actuales locales y/o globales, atendiendo elementos territoriales, culturales, normativos, sociológicos, económicos, entre otros. Esto quiere decir que una región es una construcción de diferentes factores que pueden complementarse y fortalecer un acercamiento a realidades diversas.

Las regiones siempre van a estar establecidas a través de elementos como el espacio, los sujetos, las relaciones, las situaciones o interacciones que se gestan dentro de ellas, el territorio y las formas en que se dan vínculos con estos mismos espacios. Por ello, al momento de plantear en este trabajo una ciber-región, es necesario considerar diversos factores que pertenecen a lo virtual, varios de los cuales ya se han visto en capítulos anteriores (ver apartados 1.1, 2.1 y 2.3.2).

Una región no debe verse desde un solo enfoque porque es una visión limitada, luego entonces, nos parece pertinente revisar la propuesta de Palacios (1983) para diferenciar características de las regiones. Este autor menciona primeramente que una región puede ser vista como un ámbito cuyo interior contiene elementos con semejanza u homogeneidad, que se gestan y que pueden ser cualquier ente que exista en el universo. Y, por otro lado, entender la región como algo más ligado a la realidad física, pensando en lo territorial mediante un aspecto geográfico.

Así, el proceso para la construcción de una región, se convierte en una tarea que requiere ubicar características adecuadas de integración y desenvolvimiento tanto endógenas como exógenas. Alzugaray (2009) considera que una región debe tomar en cuenta tres elementos importantes: 1) Unidad o cohesión, 2) Identidad como actor social y 3) Delimitación territorial. Por su parte, Bataillon (1993) ve una característica de regionalización enfocada en el ejercicio de los sujetos a través de un espacio vivido. Esto implica que cada grupo social conciba permanentemente varios espacios y los defina de actividades diarias e ideologías de quienes participan, por ello, Coraggio (1979, p. 92) afirma que “la regionalización es una forma espacial”. El espacio, tiempo, los sujetos y sus interacciones se han vuelto un básico para entender a una región.

Así, una región puede expresar ciertos aspectos que mantienen una cohesión, pero a su vez una dinámica y evolución constantes con símiles específicos que la diferencian de otras. Por su parte, Milton Santos (1990) entiende que las regiones son áreas que dependen de los procesos que se gestan dentro de ellas. Además, afirma que estas son parte de una estructura global pero con aspectos propios a la vez. Coraggio (1979), uno de los grandes teóricos

de los estudios regionales y quien han sentado bases de las formas de la regionalización, prefiere no centrarse en definiciones de región que están vinculadas solamente a lo territorial, a lo económico o a lo social netamente, por ello, entiende a una región como:

un complejo social- natural, donde no sólo hay agentes sociales y sus relaciones, sino también elementos naturales relacionados a través de procesos ecológicos, y asimismo un sistema de relaciones sociales de apropiación de los elementos naturales por los elementos de la sociedad (p. 93).

Por su parte, Palacios (1983) engloba las visiones de Perroux (1950) y de Boudeville (1975), y hace una tipología de regiones acorde a sus características, lo que permite entender de mejor forma la diferenciación que puede haber en algunas y que permitan ser mejores adecuaciones para un objeto de estudio y comprensión de cierta realidades:

- a) Región homogénea: unidad territorial definida mediante un factor único de diferenciación, ya sea social, físico, climatológico o político.
- b) Región polarizada: denominada también nodal, hace referencia a unidades territoriales definidas a partir de la interdependencia funcional y de la densidad de flujos entre sus elementos, sin que puedan establecerse para la misma, límites precisos.
- c) Región plan o programa: es aquella que se define en función de criterios y objetivos específicos de política económica para alcanzar el máximo de eficiencia en la implementación de programas y estrategias (p. 5-6).

Por ello, algunas perspectivas para entender y construir una región de estudio pueden ser: la homogeneidad, aspectos polarizados, plan o programa (Perroux, 1950), desde la participación de los agentes, como lo concibe Bataillón (1993); a través de un enfoque espacial y simbólico (Coraggio, 1979, Bourdieu, 1999) o desde aspectos socioculturales (García Canclini, 1993, Giménez, 1994, 2009). Así, las regiones pueden tomar una tipología que permita su ubicación y

---

entendimiento acorde a las necesidades y bases del objeto de estudio y sus objetivos.

Por otro lado, para no encasillar a una región dentro de una tipología establecida, puede también realizarse un proceso de regionalización mediante una construcción personal acorde a los intereses de la investigación, donde se busquen comprender los diversos aspectos que inmiscuyen al objeto de estudio. A esto, Pons y Chacón (2017), afirman que

La construcción de una región lleva al investigador a incluir/excluir elementos que, de acuerdo con sus propósitos de estudio, deben o no estar presentes. De tal manera, la construcción de una región obliga al investigador a realizar un ejercicio de intelección en el que se establecen fronteras porosas y endebles sobre las cuales trabaja para dar cuenta de un problema que es de su interés en el cual ha incluido y a la vez excluido aspectos de esa realidad que quiere explicar, buscando cierta homogeneidad (p. 8).

Es por ello que, tomando la apreciación de las autoras, la propuesta regional de este trabajo se hace a través de una construcción personal y enfocada a abordar aspectos que están inmersos en el objeto de estudio. Además, es importante señalar que dicha libertad de creación no es ajena en absoluto a propuestas conceptuales teóricas y metodológicas bien fundamentadas ya que es tarea del investigador poder seleccionar elementos y/o procesos que permitan dar sentido y lógica a la región que está construyendo. Por ello, Pons y Chacón (2017) también mencionan que, al construir una región de estudio, el investigador debe seleccionar los procesos que propician

cierta estabilidad a la región a sabiendas que ésta cambia permanentemente con base en los procesos que ocurren en su interior, buscando aprehender aquello que investiga; y, de acuerdo con sus posibilidades, ha delimitado un espacio de investigación (micro) que sólo podrá explicar en relación con los procesos de corte macro en los que se encuentra inmerso. Inclusión/exclusión, estabilidad/dinamismo, micro/macro, son pares contradictorios con los que trabajará el investigador una vez que ha construido su región (p. 9).

Es así como el construir, definir o delimitar una región de estudio, es una labor que abre un abanico de posibilidades tanto epistemológicas como teóricas,

---

sin embargo, tampoco es algo que debería asumir de manera irresponsable o poco seria, debido a que requiere disciplina metodológica y clarificación sobre cuáles son las características y elementos que la definen. En consecuencia, Pons y Chacón (2017) proponen regionalizar a través de tres diferentes rutas o procesos:

- a) La planeación regional. Donde la región ya se encuentra establecida previamente y se han fijado límites de actuación o intervención político-administrativa, cultural u de otro tipo. Aquí, el investigador se limita a localizarla y a partir de esto se deslinda su nivel de análisis y estudio.
- b) Regionalización al interior de sedes. Las regiones establecidas al interior de sedes implican encuentros establecidos en espacios y tiempos específicos partiendo de prácticas rutinizadas, las cuales son resultado de los trayectos y encuentros. Las regiones a este nivel permiten identificar un espacio geográfico que puede ser abordado desde diversas dimensiones, pero con fronteras establecidas con base en una acción exterior (planeación).
- c) Regionalización del espacio social. Aquí cabe la posibilidad de regionalizar el espacio social agrupando agentes de acuerdo a sus características sociales: homogeneidad, prácticas culturales, consumos, opiniones políticas, etcétera.

Al respecto, Villalobos (2016) menciona que las regiones se pueden entender en la práctica como una especie de medio de control, como aspecto de gestión, intervención, administración, como un estudio o un diagnóstico, pero a su vez, también menciona que una región es un medio de compartición y apropiación del espacio y sus procesos, porque representa pertenencia, identificación, referencia, arraigo y apego.

Así, independientemente de la tipología que pueda tener, una región de estudio puede concebirse a través de diversos enfoques, los cuales cobran sentido al entender las características de la misma y de quienes la conforman, sin dejar de lado la visión de la persona que la construye y el objetivo. Por ello, en los

siguientes apartados y tomando como referencia el último nivel de regionalización propuesto por Pons y Chacón (2017), se detalla la propuesta de región de estudio de este trabajo de investigación que parte primeramente de definir al territorio, al espacio y lo social dentro de lo virtual, para posteriormente establecer la construcción regional propia.

### **3.2 Lugar, territorio, espacio y ciberespacio**

Para comenzar a dilucidar más claramente hacia dónde se orienta la propuesta de región de este trabajo, es necesario hablar sobre dónde se sitúa la investigación que aquí se presenta. Si bien, en el apartado teórico ya se han abordado diferentes conceptos que nos explican cómo se dan los procesos dentro del mundo virtual y qué sucede con ellos, es necesario partir la regionalización desde aspectos básicos y tomando partida en alguna de las concepciones de región ya revisadas, que como ya se ha mencionado, está construida de manera personal. Así, haremos una breve revisión sobre los conceptos de lugar, territorio, espacio, lo social y la constitución del ciberespacio, así como de la vinculación de los conceptos con la región de estudio.

#### **3.2.1 Lugar**

La revisión del concepto de lugar se vuelve necesaria en este trabajo ya que este término se halla inmerso junto con otros elementos y definiciones que buscan explicar de manera completa lo que es una región de estudio. Así, dadas las características del término y su pertinencia en la regionalización que se propone en este trabajo, es preciso tener en claro la diferencia de conceptos involucrados y lo implica cada uno.



Para poder entender un lugar, es necesario centrarse en las implicaciones geográficas y espaciales, que son las que comúnmente se relacionan de forma más directa con el término, tal como lo afirman Dematteis y Governa (2005), cuando mencionan que “los lugares pueden así ser identificados en el espacio geográfico y descritos adoptando un punto de vista para ellos del todo externo, dejando en segundo plano los agentes y las relaciones de poder que influyen en las relaciones sociales” (p. 36). Para López y Ramírez (2012), lugar, de forma general, “es un punto específico de la superficie terrestre, de dimensiones mucho menores a las de una región” (p. 43). Sin embargo, aspectos simbólicos y no tangibles, como lo son la identidad, las relaciones sociales, las experiencias y las pertenencias sociales, juegan un papel importante para entender este término.

Un lugar, es una ubicación precisa que supone características específicas y, además, da espacio a la cotidianidad de las personas y va definiéndose a través de la identidad, pues tal como afirman también López y Ramírez (2012), “[el lugar] es el ámbito de la vida cotidiana y, por tanto, está permeado por la identidad de un individuo o comunidad. Es una localización provista de sentido”. En concordancia con Torres (2011), puede existir cierta forma conceptualización del término de lugar, la cual se asocia a la idea de comunidad, y a que puede sumársele la noción de identidad, tanto individualmente como en comunidad. Entonces, las relaciones sociales y la identidad –individual y comunitariamente– también tienen un papel fundamental para entender el concepto de lugar, ya que, como explica Torres (2011), el lugar puede verse desde una perspectiva donde la identidad “pasa a ser un proceso de construcción en el que se involucran constantemente las relaciones con el afuera y permite considerar la posibilidad de conflicto en dicha construcción” (p. 215).

Los lugares se vuelven constantes o efímeros, dependen de su presencia y de la relevancia que tienen para el individuo y sus relaciones sociales. A esto, Torres (2011) afirma que los lugares logran ser “nómades y/o efímeros. Sólo existen gracias al sesgo de interacciones, viven el tiempo de una fiesta o de un mercado, o siguen a los que transportan su casa con ellos” (p. 216), además, el

---

mismo Torres (2011) agrega que un lugar puede verse como “una potencialidad que crean la existencia humana y/o las relaciones sociales” (p. 216).

Una región de estudio tiene especificaciones delimitadas por las mismas necesidades de la investigación, así, al establecer vínculos específicos –el ciberespacio, las interacciones y relaciones sociales, las significaciones–, estos ocupan parte fundamental para entender un lugar. De acuerdo con López y Ramírez (2012, basándose en Tuan, 1975), el concepto de lugar puede explicarse también adscribiéndole dos formas o significados: por una parte, desde una posición social, a partir de los usos y significados simbólicos que surgen con base en localizaciones específicas y también, a través de la localización espacial, que tiene su origen en el vivir en y su asociación dentro del espacio.

Por su parte, Dematteis y Governa (2005), comprenden que los lugares ya no deben verse sólo como una totalidad, sino como “conjuntos plurales y fragmentados”, donde una posible cohesión “es definida a partir de la multiplicidad de las prácticas y de los roles sociales y culturales de los agentes, así como de la multiplicidad de las fuerzas y de los estímulos exógenos a los que están sometidos” (p. 37). Estas características, están también presentes dentro del mundo virtual a través de las redes sociales, dado que existen diferentes prácticas, identidades y diferentes intereses y motivos que propician el uso y la aceptación del uso y la constante práctica del acceso a *Facebook*.

A su vez, es necesario entender que la presencia de una persona en el plano virtual, es también una oportunidad de entender significados y elementos simbólicos que lo acompañan en su práctica. Por ello, es necesario entender que un lugar propicia una vinculación que se genera a través del sentido. Así, experiencias vividas y significados, crean sentido a un lugar, por ello, Torres (2011) considera que “la experiencia del sujeto “carga” de sentido al lugar; el lugar, entonces, es considerado como “acumulación de sentidos” o como “acumulación de significados” (p. 216). A la vez, y compartiendo esta visión del sentido y experiencias sociales para entender al lugar, López y Ramírez (2012), consideran que “el lugar tiene un espíritu y personalidad que se manifiestan en las expresiones de carga emocional adquiridas, ya sea por su localización o por

su función de nodo” (p. 43); pero también, mencionan que “se tiene un sentido del lugar cuando, a pesar de adquirir sus rostros únicos, los seres humanos, al expresar sus discernimientos morales y estéticos, dan a los sitios percepción por medio de sus sentidos –a partir de gustos, preferencias y sentimientos” (p. 43). Todo basado en una compartición un tanto homogénea y símil de elementos simbólicos culturales y significaciones constantes.

Así, un lugar es entendido a través de lo geográfico, de lo espacial y lo simbólico, por lo que es importante retomar la cita de Torres (2011, basándose en Agnew, 1987), quien engloba tres aspectos que caracterizan a un lugar, explicándolo a partir de tres dimensiones: localidad, ubicación y sentido, por lo que afirma que:

La localidad refiere a los marcos formales e informales a partir de los cuales se construyen las interacciones sociales cotidianas. La ubicación incluye la localidad y le suma los procesos económicos y políticos macro que operan a escalas más amplias. El tercer elemento, el sentido de lugar, hace hincapié en las orientaciones subjetivas que se derivan de vivir en un lugar particular, respecto al cual se desarrollan sentimientos de apego a través de experiencias y memorias (p. 216).

Por ello, es pertinente mencionar que un lugar toma relevancia desde lo interior y más allá de un mero aspecto geográfico, sino que se aborda para lo regional, por su percepción como conjunto de diferentes elementos que componen su sentido y conformación. Cabe retomar la aseveración de Dematteis y Governa (2005), al decir que “el lugar es un tema considerado, más que como una realidad dada, rígidamente individualizada y delimitable sobre el mapa, como una transformación, cuyos caracteres son individualizables y conocidos sólo en su interior” (p. 38).

Llevado de lleno al mundo virtual, un lugar no podría ser retomado de forma directa para explicar la región de estudio, únicamente será pensado en la concepción simbólica a través de la presencia identitaria y las relaciones sociales. Por ello, es necesario sumar otros conceptos que permitan desmenuzar de manera completa cómo se construye la región de estudio en este trabajo. En consecuencia, es importante definir que el término lugar engloba territorio –

---

ubicación geográfica–, espacio –a través de las relaciones sociales y sus características individuales compartidas– y elementos simbólicos –como las pertenencias sociales, la identidad y las significaciones–, por ello, en los siguientes apartados, es necesario hablar de estos conceptos, sobretodo, centrándose en la incorporación de los mismos desde el mundo ciberespacial.

### **3.2.2 Territorio**

Hablar de territorio implica el ejercicio de entender un concepto que conlleva muchos elementos. El territorio tiene connotaciones geográficas, espaciales, sociales y más. Para este trabajo de investigación, se ha optado por centrarse en dos dimensiones importantes: el territorio desde un aspecto geográfico –que genera apropiación y pertenencia–, y como una espacialidad con prácticas e interacciones sociales.

El territorio en una definición básica y apegada al aspecto físico geográfico, es “cualquier extensión de la superficie terrestre habitada por grupos humanos” (Gimenez, 2007, p. 122). El territorio tiene límites por mutuo acuerdo o forzosos, es inmutable de estos (Milton Santos, 1990). El territorio es entendido muchas veces como un contenedor demarcado en una proporción de tierra.

De acuerdo con Gilberto Giménez (2007), el territorio puede ver visto “como espacio de sedimentación simbólico-cultural, como objeto de inversiones estético-afectivas o como soporte de identidades individuales y colectivas” (p. 124). Pero también, como lo conciben Morales y Jiménez (2018) al considerar que “los territorios constituyen (...) la expresión histórica de las dimensiones espacio y tiempo; se estructuran a partir de las relaciones entre seres humanos y entre estos y los demás elementos biofísicos del planeta” (p. 16). Y es que nada ocurre fuera de estos, por lo que, un territorio es también algo socialmente construido, tal como lo aprecian Morales y Jiménez (2018) cuando mencionan que: “Los territorios son pues construcciones sociales manifiestas en múltiples niveles de

---

escalas espaciales” (p. 16), por lo que el espacio social cobra relevancia para el entendimiento de un territorio.

El territorio es entonces superficie, pero a la vez lugar de asentamiento para grupos humanos con diversas prácticas y actividades donde hay un sinfín de relaciones humanas, a esto Giménez (2007) dice que “el territorio responde en primera instancia a las necesidades económicas, sociales y políticas de cada sociedad, y bajo este aspecto su producción está sustentada por las relaciones sociales que lo atraviesan” (p. 124). El territorio es un lugar físico y una construcción social que puede representar límites de desarrollo o de participación social. Sin embargo, desde la perspectiva de Giménez (2007), es necesario ver más allá de esta concepción, dado que, al ser lugar para lo social, las relaciones y las prácticas humanas, se vuelve necesario centrarse en la importancia de la concepción de espacio para el territorio.

Para Llano Hernández (2010) el territorio “ayuda en la interpretación y comprensión de las relaciones sociales vinculadas con la dimensión espacial; va a contener las prácticas sociales y los sentidos simbólicos que los seres humanos desarrollan en la sociedad en su íntima relación con la naturaleza” (p. 208). El territorio es entonces, una delimitación física con relaciones sociales dentro de una construcción de espacialidad social, con elementos simbólicos e interacciones constantes.

Por consiguiente, el territorio da cabida a constructos con elementos tanto sociales como culturales a través de una vinculación y diversas relaciones, esto implica, una apropiación social que va de la mano con lo individual y lo colectivo tal como lo es la identidad. Flores Murilo (2007) afirma que:

en el concepto de territorio se incorpora la apropiación del espacio por la acción social de diferentes actores, y se agrega el “juego de poder” entre los actores que actúan en un espacio. Como resultado del “juego de poder” se define una identidad relacionada con los límites geográficos o con un espacio determinado. El territorio surge, por lo tanto, como resultado de una acción social que, de forma concreta y abstracta, se apropia de un espacio (tanto física como simbólicamente). De ahí la denominación de un proceso de construcción social (p. 36).

Así, el territorio delimita identidades, las adecua y las preserva. Permite las colectividades y por ende, identidades sociales que definen acciones, roles de pertenencia, apegos y apropiaciones culturales. Por ello, Llano (2010) expresa que territorio “constituye una manifestación más versátil del espacio social como reproductor de las acciones de los actores sociales” (p. 213). El concepto de territorio es amplio en cuanto a consideraciones e inclusiones, pero es clara su injerencia de espacialidad social como elemento contenedor de prácticas e interacciones.

Lo colectivo es necesario para entender el territorio y el espacio social, dado que, dentro de éste, las relaciones sociales son parte fundamental de su configuración, ya que, como afirman Morales y Jiménez (2018), “al igual que el espacio, [el territorio] tampoco existe como un contenedor genérico, vacío, susceptible de ocuparse con procesos estructurados a partir de aquellas relaciones; todo lo contrario, cada territorio se configura a partir de las relaciones señaladas, no preexiste a ellas” (p. 15).

Por ello, al momento de entender lo colectivo y las definiciones identitarias que esto conlleva, es necesario considerar lo que dicen Dematteis y Governa (2005) acerca de que la construcción de la identidad colectiva de quienes están en un territorio “deriva de la actuación colectiva de los agentes portadores de práctica y de conocimiento «productores» del territorio, y de una nueva lógica de referencia identitaria de los lugares” (p. 38). A esto, es pertinente retomar esta cita de Giménez (2007), quien engloba de manera muy completa las diversas concepciones que hay sobre el concepto de territorio, lo que ayuda a la comprensión de las distintas acepciones, de las propiedades que puede tener y de su alcance en definición.

el territorio puede ser considerado como zona de refugio, como medio de subsistencia, como fuente de recursos, como área geopolíticamente estratégica, como circunscripción político-administrativa, etc.; pero también como paisaje, como belleza natural, como entorno ecológico privilegiado, como objeto de apego afectivo, como tierra natal, como lugar de inscripción de un pasado histórico y de una memoria colectiva y, en fin, como “geosímbolo” (p. 124)

Es importante retomar las dos perspectivas sobre el concepto de territorio definidas en un inicio de este apartado, donde se puede entender desde un aspecto netamente geográfico y como una espacialidad social. Es necesario aclarar que el territorio es visto como un determinante geográfico que propicia una pertenencia por origen y determinación sociocultural e identitaria. A su vez, el territorio demarca ubicación geográfica de participación y acción social, lo que, en vista de este trabajo en un plano virtual, sólo refiere a términos de origen de una conexión web. Por ello, al momento de ser parte de colectividades en lo virtual, es posible enmarcar aspectos identitarios de arraigo y pertenencia que se ven señalados de manera territorial a través del lugar geográfico desde donde existe conexión virtual, del lugar de nacimiento y/o residencia del usuario. Así, para la región de estudio que aquí se construye, es necesario resaltar la importancia del origen territorial de los usuarios, en parte porque dota de un origen de nacimiento e identidad territorial y porque también determinar una ubicación desde donde se accede a Facebook para ser partícipe de contenidos relacionados a ese origen.

Por otro lado, el territorio es el resultado de cómo las personas simbolizan y estructuran el espacio para apropiarlo y valorizarse, por lo que es posible entenderlo espacialmente como:

- Un lugar físico, donde surgen usuarios de internet desde alguna estructura social y un punto específico de superficie, lo que determina la manera de cómo significan.
- Aspecto simbólico, mediante sus prácticas y definición de identidades.

Sin embargo, dado que este trabajo se plantea a través de una espacialidad en el mundo virtual, no es posible situarse en el territorio sólo visto como un espacio social geográfico. Por consiguiente, es necesario adentrarnos de lleno al concepto de espacio social y su determinación dentro de lo virtual para una mejor adecuación de su pertinencia en la construcción de la propuesta de región de estudio.

### **3.2.3 Sobre el espacio**

La revisión del concepto de espacio ha sido hecha históricamente desde diversos enfoques, que implican lo económico, lo geográfico, lo político y lo social. Ésta última instancia en la que nos importa más a detalle. Palacios (1983) afirma que “el espacio es una dimensión de la realidad material y no otra realidad distinta en donde puedan inscribirse objetos y procesos” (p. 02). Todo lo que el ser humano puede crear y genera prácticas, es parte de su espacio.

Otro de los teóricos importantes del concepto espacio en Latinoamérica ha sido Milton Santos (1993), quien considera que “el espacio es sencillamente un hecho social, un fenómeno concreto que se impone a todos los miembros de la sociedad, sin imponerse a la sociedad en sí misma” (p. 160). Además, insiste en mencionar que el espacio tiene un papel activo en la evolución social, ya que se convierte en “una dimensión activa en el devenir de las sociedades” (p. 165), por lo que, de acuerdo con Mançano (2005), es posible decir que el espacio es multidimensional y su configuración depende de esos mismos elementos

Por su parte, Coraggio (1979), desde su propuesta inicial y todavía vigente, refuerza la idea de destacar la importancia de las relaciones dentro de un espacio y por ello, menciona que:

Las relaciones sociales –por ejemplo, las económicas-, se realizan (se hacen efectivas) como relaciones particulares, vinculando agentes concretos del sistema social. Tales agentes, en tanto tienen un sustrato físico, tienen una espacialidad fundada sobre momentos de la espacialidad física, como la posición relativa, la dirección del movimiento, etc., pero cuya lógica es social y no física (p. 79).

Sumado a esto, Mançano (2005) también considera la importancia de las relaciones sociales para la configuración de un espacio, él afirma que: “son las relaciones sociales que transforman el espacio en territorio y viceversa, siendo el espacio uno a priori y el territorio uno a posteriori. El espacio es perenne y el territorio es intermitente” (p. 7). Así, el espacio se vuelve constante y acompañante del sujeto en diversos momentos y situaciones que puede vivir, incluidos las experiencias, las identidades y diferentes lugares, mientras que el



---

territorio se fija y puede ir cambiando de manera interna, pero no es movable. Inclusive responde a dimensiones políticas y sociológicas establecidas y bien definidas.

Torres (2011) menciona que “la construcción de territorios y lugares obedece a las interacciones y experiencias sociales que permitan su control, en el primer caso, y su apropiación subjetiva, en el segundo” (p. 216). Por ello, considera que la combinación de ambos conceptos “permite comprender la espacialidad como dimensión central y constitutiva de los movimientos sociales en tanto sujetos políticos y, específicamente, del movimiento” (p. 216)

Santos (1993) hace hincapié en la idea del espacio como una instancia social, así sus reflexiones se orientan hacia entender la importancia del mismo dentro del sistema social, su autonomía y cómo es reconocido en un momento dado la especificidad de su propia historia. Así, es necesario definir a *Facebook* –lugar donde se ubica el objeto de estudio– como un ciberespacio social con diferentes relaciones e interacciones sociales, donde se gestan, reproducen, simbolizan prácticas y demás manifestaciones, así como se generan consumos informativos que se vinculan a la identidad de los usuarios y su entorno físico.

Por consiguiente, se entiende al espacio como un componente de diversas posiciones que, de acuerdo a Bourdieu (1999) son “distintas y coexistentes, externas unas a otras, definidas en relación unas de otras, por su exterioridad mutua y por relaciones de proximidad, de vecindad o de alejamiento y asimismo por relaciones de orden, como por encima, por debajo y entre” (p. 16). Con ello, se ve al espacio como una encrucijada de relaciones con compartición de diversos elementos –información, relaciones, contenidos, intereses–. Se entrelazan aspectos relacionados a los miembros o sujetos que se encuentran dentro, quienes poseen características específicas e interactúan constantemente.

Al centrar la atención de lo espacial dentro del mundo virtual, es necesario abordarlo como un ciberespacio que se enfoca en procesos socioculturales que permitan entender su estructura como región a través de las prácticas sociales organizadas que se generan dentro del mismo, donde las interacciones son básicas para que existan intercambios mixtos, preponderando lo sociocultural

---

como algo que va delimitando las acciones de los usuarios. A su vez, propicia elementos de identidad e identificación mediante pertenencias culturales y territoriales, esto porque, pese a no estar ligado netamente a un espacio geográfico, sí existe una ubicación de los usuarios con diversos elementos simbólicos que guía o median el uso que le dan a lo virtual, entre ellos elementos como la identidad, las comunidades y los consumos, tanto dentro como fuera de lo virtual y de las demás plataformas sociales dentro de lo virtual.

### **3.2.4 Construcción del ciberespacio**

El mundo virtual requiere entenderse a través de elementos tangibles y los no tangibles. Pierre Levy (2007) dice que el ciberespacio no comprende solamente elementos materiales, sino que “está también constituido y poblado por seres extraños, medio textos, medio máquinas, medio actores, medio argumentos: los programas” (p. 27). Con esto, se hace referencia tanto al *hardware* como al *software*, elementos que son necesarios en el uso de lo virtual, pero que tal como hemos mencionado anteriormente (ver apartados 1.1 y 2.1), la presencia en el mundo virtual, no está deslindada totalmente del mundo físico. El uso de espacios en la red es un conjunto de todos estos elementos aunado a la información que se transfiere dentro de los mismos. Diodato (2011) menciona que “el espacio virtual es antes que nada espacio informativo, comunicativo, conectivo, espacio en el que la cercanía y la lejanía son conceptos desvinculados de sus presupuestos materiales” (p. 115).

Entonces, al hablar del ciberespacio, es necesario vincularlo en su contexto donde lo virtual se va gestando mediante el uso que los usuarios le dan. Es así como pensando en lo espacial a través de elementos sociales, se retoma y reinterpreta a Bourdieu (1999) con respecto al planteamiento de reorganización de los espacios sociales y simbólicos. Esta autor afirma que los agentes hacen uso y apropiación de los espacios, a través de prácticas culturales que propician consumos, opiniones, interpretaciones y otras acciones, marcados por elementos

---

de interacción de los sujetos –usuarios– que se encuentran presentes en sus diferentes prácticas culturales. De este modo, *Facebook* se configura como uno de los espacios que se utilizan para consumir e identificarse. Cabe aquí resaltar que, cada espacio social se conforma y cobra sentido conforme se gestan dentro de él prácticas e interacciones que permiten entender su estructuración y funcionamiento. Así, se van generando nuevas formas de espacio social con características particulares, miembros distintivos y acciones propias.

Además, los aspectos socioculturales están siempre presentes en todas las acciones que los mismos llevan a cabo, por lo que es necesario considerar tanto los aspectos tangibles, como aquellos que son parte de lo simbólico o intangible. Entonces, al hablar de un espacio virtual como *Facebook*, pueden comprenderse y vincularse elementos tanto objetivos como subjetivos –o físicos y simbólicos– en la presencia y el uso que los usuarios hacen de lo virtual.

Luego entonces, el ciberespacio cobra sentido y realidad en el momento es que apropiado por los sujetos y se vuelven usuarios, producen y reproducen información para diversa clase de contenidos, establecen consumos a través de esos contenidos y forman relaciones sociales que tienen especificidad dentro de lo virtual y en ocasiones son una extensión del mundo físico para eliminar distancias territoriales dado que, como lo señala Levy (1999), el ciberespacio es permisivo y de alto alcance: “El ciberespacio ofrece objetos moviéndose entre los grupos, memorias compartidas, hipertextos comunitarios para la constitución de colectivos inteligentes” (p.103).

Bourdieu (1996), afirma que existe una doble estructuración de elementos simbólicos y materiales que complementan un espacio social, lo objetivo y lo subjetivo, con los que es posible que *Facebook* –como ciberespacio social–, permita actuar a los agentes como productores y/o consumidores –lo objetivo–, quienes tienen relaciones e interacciones sociales, existen ciertas jerarquías y por otro lado, comparten intereses comunes, o sea, van acercándose a contenidos distintivos –lo subjetivo–:

La percepción del mundo social es producto de una doble estructuración: por el lado objetivo, está socialmente estructurada porque las propiedades atribuidas a

los agentes o a las instituciones se presentan en combinaciones que tienen probabilidades muy desiguales. Por el lado subjetivo, está estructurada porque los esquemas de percepción y de apreciación, especialmente los que están inscritos en el lenguaje, expresan el estado de las relaciones de poder simbólico. Estos dos mecanismos compiten en producir un mundo común, un mundo de sentido común, o, por lo menos, un consenso mínimo sobre el mundo social (p. 136).

Por ello, al estar enfocados en lo virtual, estamos hablando de un mundo común virtual, un ciberespacio que está cargado de elementos simbólicos y de prácticas constantes reflejadas en un mundo físico presente en todo momento. Así, es común que estas mismas situaciones estén presentes y latentes, las cuales se nutren de las prácticas y consumos sociales. Tal que puedan verse como una especie de cambio o transformación que va más allá incluso de la sola presencia de los usuarios en el mundo virtual. Esto implica la incorporación de situaciones de vida de lo virtual en el mundo físico y al contrario, tal como lo consideran Valdés y Cabrera (2013):

pero el llamado ciberespacio no es un fenómeno que exista solamente al interior de las tecnologías digitales; empezó a gestarse un cambio en alguna parte del todo, de la tecnología propia de una sociedad en este caso, la reverberancia de ese cambio impregnó al todo reproduciendo su morfología y su lógica con una dinámica fractal a manera de un holograma en el cual el ciberespacio se desplaza hacia el todo social, y de manera recíproca, “lo social” se empieza a gestar en este llamado ciberespacio (p. 4)

La propuesta de región de estudio de este trabajo, va más allá de una ubicación territorial y de aspectos meramente espaciales dado que los procesos y prácticas que hay dentro del ciberespacio son desterritorializados dado que, como consideran Valdés y Cabrera (2013) –en el ciberespacio– “no existe un espacio físico concreto como lugar de socialización, conformado por las conexiones que todos hacemos de nuestros aparatos digitales con los de otros y en consecuencia por las conexiones de nuestras mentes e ideas” (p. 05). Pero es importante remarcar que pese a ser un espacio flotante en las conexiones, sí existen elementos físicos que determinan una conexión territorial, aunque por

ahora no es prioridad esa discusión para este trabajo de investigación, dado que la regionalización aquí propuesta mira hacia más hacia el enfoque de la ya mencionada la espacialidad social (ver apartado 3.2.3).

Por otro lado, la estructuración como una red social, permite redefinir al espacio a través de las conexiones e interacciones (ver apartado 1.2) que dentro de la misma se presenta. Así, se da una configuración que permite diferenciar y categorizar lo que hay dentro del espacio delimitado por la actividad colectiva, a esto, Constante (2013) considera que:

En las redes es cierto que jugamos con la comprensión del espacio, que no es la misma que la que vemos en la realidad, pero justo el espacio sería el equivalente o bien a un dominio, al mismo registro que hacemos en una de las redes desde donde se construye eso que se llama unidad de dominación: un espacio definido a partir de una clasificación. Ellas se conforman de inmediato, no dejan lugar a dudas de que todo es clasificable y, por tanto, mensurable. Dicho de otra manera, se trata de ordenar la multiplicidad confusa, de crear un cuadro viviente (p.16)

Así, el espacio social es entendido como la dimensión que es apropiada socialmente, en donde se presentan interacciones e intercambios simbólicos y que cobran sentido gracias a eso. De esta forma, cabe mencionar entonces que tal como afirma Pierre Levy (1999) el ciberespacio “mezcla las nociones de unidad, de identidad y de localización” (p. 36). Así, existe una unión e interacción de usuarios dentro de *Facebook*, mientras que la identidad acompaña al usuario en sus acciones, relaciones, interacciones, producción y consumo de contenidos y la localización se asocia a una ubicación espacio temporal de los usuarios –la inclusión territorial–.

Y es que, tal como consideran Valdés y Cabrera (2013), en el ciberespacio se ha presentado “el surgimiento de prácticas cotidianas, identidades virtuales, formas y procesos de cognición, símbolos, códigos, lenguajes, medios y formas de comunicación, comunidades virtuales, etc. las cuales en su conjunto conforman dimensiones sociales y culturales propias del ciberespacio” (p. 12). Además, todo esto está ligado a una concepción temporal que demarca momentos y situaciones específicas en el mundo físico y al momento de estar conectado a

lo virtual, donde se presentan reflejos y réplicas de información y elementos propios de lo físico en lo virtual y viceversa.

En cuanto al ciberespacio, Carlos Scolari (2008) asevera que éste se presenta como un mundo subsidiario del mundo real habitado por comunidades y regido por sus propias leyes matemáticas. Al respecto, afirma que mientras que “en el espacio real la distancia entre dos puntos está dada por su mayor o menor cercanía, en el espacio virtual se vincula al número de nudos de la red que el usuario debe atravesar para llegar a un punto” (p. 276). Igualmente resalta la obligación de hablar de la característica temporal porque dentro del ciberespacio donde suceden cosas –chatear, relacionarse, jugar, enviar y recibir información, etcétera–.

Para Marisa Avogadro (2012), el ciberespacio favorece una interacción en dos direcciones, que son: el tiempo real y en el tiempo virtual. Esto genera ciberconsumidores y ciberciudadanos; lo que conlleva una accesibilidad diferente a ciertas oportunidades desde un aspecto grupal o individual, así como desde las diferentes oportunidades geográficas de vida: lo rural, lo virtual, el acceso a la educación, a los servicios asistenciales; al desarrollo científico tecnológico.

Por ello, para este trabajo, consideramos a *Facebook* como un ciberespacio social, donde se gestan elementos simbólicos que demarcan características propias de lo territorial y cultural –como la identidad, el consumo, usos lingüísticos y comunidades específicas–, en un tiempo específico y que se están considerando como elementos distintivos y particulares propios de nuestra región de estudio. Por ello, es importante entender el espacio como elemento de interacción social, donde hay pertenencias e intercambios locales y globales, los cuales se detallan a continuación.

### 3.3 Lo local y lo global en *Facebook*

Recordemos que un espacio social conlleva una serie de elementos que lo ubican como una constante de relaciones e interacciones sociales, las cuales dan sentido y noción de su existencia, así como van acondicionándose a través del tiempo y de las situaciones que suscitan dentro del mismo. Al respecto, Castells (2004) afirma que los procesos sociales adaptados a los entornos tecnológicos son parte fundamental para entender a la nueva sociedad y sus injerencias en su entorno sociocultural. Un ejemplo de ello es *Facebook* que permite la sociabilización y los intercambios culturales, donde existe una articulación social basada en la situaciones y aspectos globales, pero con injerencia en procesos locales y que se instauran en espacios específicos. Por lo tanto, en toda región existente de cualquier ámbito, resalta la importancia de la interconexión de los aspectos internos y externos, lo micro y lo macro, lo local y lo global. Esto propicia la existencia del conocido proceso de glocalización (Beck, 2008 y Ferrero, 2006), ya que toda región de estudio está contextualizada y vinculada a los mismos.

Sassen (2003) hace hincapié en cómo se ha dado esta relación entre elementos locales y globales cuando afirma que “lo local ahora negocia directamente con lo global: lo global se instala a sí mismo en lo local y lo global es en sí mismo constituido a través de una multiplicidad de «locales»” (p. 44). Entonces, vemos que existe una constante intercambios simbólicos, culturales, sociales y económicos que articulan nuevas formas de entender los contextos. Por su parte, Milton Santos (1990) tiene vigencia e relevancia aún, cuando resalta la importancia de lo social para el espacio y viceversa. Es imposible concebir a la sociedad y sus múltiples prácticas sin entender cómo se dan diferentes interacciones y relaciones dentro del mismo. Además, también resalta la importancia de lo local y lo global en la configuración de los espacios, por lo que afirma que:

El espacio total y el espacio local son aspectos de una única y misma realidad (realidad total) de la imagen de lo universal y de los particulares. La sociedad global y espacio global se transforman con el tiempo, en un movimiento que, aunque interesa igualmente a las diversas fracciones de la sociedad y del espacio,

---

es el resultado de la interacción entre la sociedad global y el espacio global y sus diversas fracciones (Santos, 1990, p. 183).

Los usuarios de *Facebook* consumen, producen, se expresan, se organizan, y no sólo dentro de sus espacios virtuales, sino también fuera de ellos en un espacio geográfico. Esto es una práctica común de la sociedad en red, aquella que busca un objetivo en común, Castells (2009) la define como “la sociedad red se basa en la disyunción sistémica de lo local y lo global para la mayoría de los individuos y grupos sociales” (p. 33) y buscará que ambos aspectos estén en constante interacción y le otorguen sentido a la esencia de esta nueva construcción social. Estas construcciones sociales se dan como comunidades de intercambios e interacciones dentro de lo virtual, donde la identidad y el sentido de pertenencia se vuelven muy importantes al momento de generar y consumir contenidos virtuales.

Es aquí, donde el aspecto territorial juega un papel substancial a través de un rol de pertenencia social. De acuerdo con Pollini (1990, en Giménez 2007) la pertenencia en los individuos se forma mediante los procesos socioculturales en colectividades, por lo que se producen roles basados en elementos territoriales y simbólicos que logran una inclusión de las personas:

Las pertenencias sociales implican, en general, la inclusión de las personas en una colectividad hacia la cual experimentan un sentimiento de lealtad. Esta inclusión supone, desde luego, la asunción de algún rol dentro de la colectividad considerada, pero implica sobre todo compartir el complejo simbólico-cultural que la define y que funge como emblema de la misma (Giménez, 2007, p. 131).

Así, tomando la propuesta de Flores (2007), el territorio está construido como “un espacio de relaciones sociales, donde existe un sentimiento de pertenencia de los actores locales respecto a la identidad construida y asociada al espacio de acción colectiva y de apropiación, donde son creados lazos de solidaridad entre los actores” (p. 37). Por ello, más allá de aspectos meramente geográficos, es también un proceso de construcción social al apropiarse de un



espacio social (Flores, 2007), lo que a la vez permite un dotador de pertenencia y demarcación de aspectos socioculturales que van determinando roles identitarios, construcción de colectividades e interacciones con elementos comunes.

Es relevante señalar que los procesos socioculturales que se gestan, logran enmarcar acciones arraigadas a roles de pertenencia territorial, identificación y compartición de intereses comunes que guían el entendimiento y acción de los usuarios mediante la conformación de comunidades virtuales de diversos tamaños y alcances. Así, tanto los aspectos socio espaciales, como la identidad y la compartición simbólico cultural, se ven reflejados en una red social como *Facebook*. Al respecto, Flores (2007), destaca la importancia de la pertenencia en la conformación e interacciones entre la cultura local y el territorio:

El redescubrimiento del sentimiento de pertenencia al lugar es reforzado por distintos autores que, criticando las teorías de aculturación que ocurrirían con el proceso de modernización (o de globalización), sugieren que las nuevas construcciones de identidad se han dado gracias a un reencuentro con las tradiciones culturales (Carneiro, 1997; Jollivet, 1984; Jean, 1997). Por tanto, se plantea la existencia de una interacción entre las culturas externas y las culturas locales, con resultados que difieren entre los distintos territorios, con la cultura local que otorga rasgos específicos (p. 38).

La identidad a través de una pertenencia territorial no necesariamente implica una ubicación geográfica específica. Existe una construcción de la identidad mediante fronteras simbólicas que los grupos determinan, donde, como explica Flores (2007), “las identidades están formadas con base en relaciones histórico-culturales locales” (p. 37). Aquí es donde lo local adquiere mayor peso, ya que no sólo se adoptan y adaptan contenidos con significantes y construcciones simbólicas de lo universal, sino que lo local va tomando forma y condicionando dichas reconfiguraciones de lo que comparte a través del ciberespacio.

La cultura local se refiere a las relaciones sociales existentes en espacios delimitados y pequeños en los que se establecen formas específicas de representación con códigos comunes (Featherstone, 1993). Para Albagli (2004), el

sentimiento de pertenencia y el modo de actuar en un espacio geográfico dado significa la caracterización de una noción de territorialidad, donde las relaciones sociales y la localidad están interconectadas, fortaleciendo el sentido de identidad (Flores, 2007, p. 37).

Si bien la cita anterior hace referencia a un aspecto geográfico territorial, es también adaptable a un entorno cibernético dadas las características de presencia social y las múltiples interconexiones que se generan entre los usuarios. Así, la identidad basada en una pertenencia territorial, se manifiesta simbólicamente a través de la construcción y el consumo de contenidos con elementos distintivos culturales y sociales de Chiapas. Esto, dentro de Facebook, permite la formación de vínculos entre usuarios a través de su homogeneidad e intereses comunes que en conjunto son una comunidad virtual con una identidad compartida. A su vez, es importante aclarar que esta relación territorio-identidad es una adaptación que se gesta a través del tiempo y gracias a las diversas situaciones y procesos sociales que ocurren constantemente, tal como aprecia Flores (2007), al afirmar que “el pensamiento sobre territorio e identidad cultural no está marcado por la idea de volver los ojos al pasado, sino que se configura en un proceso permanente de transformaciones, proporcionado por las relaciones sociales [a nivel local y global]” (p. 37).

En consecuencia, al ser parte de una comunidad con intereses comunes, se genera un sentido de pertenencia con la misma. Al respecto, es interesante la reflexión de Sassen (2003) cuando habla de activismo político transfronterizo, que si bien, no es propiamente el tema a tratar en esta investigación, sí permite entender cómo el uso de los medios digitales sugiere nuevas formas de concepciones sociales, de prácticas y cómo se propician las conexiones entre elementos locales y globales:

Los usos actuales de los medios digitales sugieren, en términos generales, al menos dos nuevos tipos de activismo político transfronterizo. El primero consiste en la formación de grupos radicados en ciudades –en comunidades rurales– que se conectan con otras agrupaciones similares en el resto del mundo. El segundo tipo de política centrada en la red digital es aquella que realiza la mayor parte de

---

su trabajo a través de la propia red y que, por ende, puede o no converger en un terreno físico (p. 47).

Así, Sassen propone dos formas de uso de la tecnología conformación de comunidades y para acciones precisas con elementos simbólicos dentro de la misma red, situaciones que se encuentran también en Facebook. Continúa la vinculación entre los elementos globales –el uso de las TIC, *Facebook* como elemento universal– y los elementos locales –páginas propias de ciertas ciudades que manejan contenidos propios del lugar–, para explicar cómo la glocalización y las múltiples interacciones a través de los espacios virtuales son una forma de contexto regional, ya que como asevera Sassen (2003): “se trata de localidades conectadas entre sí a nivel regional, en un país o en el conjunto del mundo. Indudablemente el hecho de que la red sea global no significa que todo deba suceder a nivel global” (p. 45).

Por su parte, Milton Santos (1990) afirma que el espacio “se transforma en función de las modalidades de adaptación de la sociedad local al nuevo proceso productivo y a las nuevas condiciones de cooperación” (p. 182). Tanto las escalas globales como las locales son persistentes en su presencia a través de diversos formatos en los espacios virtuales. Lo que se ve en *Facebook* es una mezcla entre elementos varios significantes como memes, información, signos, entre otros, todos expresivos de aspectos globales y locales, esto es, la adaptación de prácticas, intercambios informativos, significados y significantes globales llevado a lo local y viceversa.

Luego entonces, lo local está presente en todo momento desde la estructuración en red y la compartición de elementos, incluso, es la cualidad que le otorga sentido identitario y de pertenencia, por ello Flores (2007) menciona que “[lo local] permite el surgimiento de formas de solidaridad y cooperación, contribuyendo a la construcción de redes sociales con base en la territorialidad y creando una dinámica virtuosa entre lo moderno y lo tradicional” (p. 39). Entonces en *Facebook*, se articula la red social virtual –lo moderno por lo virtual– y los elementos locales –lo tradicional apegado al mundo físico–.

De lo anterior, podemos equiparar que la región de estudio implica una comunidad con características, intereses, acciones e interacciones comunes, todos compartidos y con sentido dentro de lo virtual, pero que también tienen implicaciones fuera de ello, en la realidad sociocultural. Esto nos ha servido como parte del criterio para seleccionar cinco páginas que manejan contenidos propios de Chiapas, los cuales son producidos, reproducidos, comentados, aceptados y seguidos. Cada página cuenta con un administrador que se encarga de publicar los diferentes contenidos vinculados a elementos socioculturales del estado, a la identidad chiapaneca, al uso del lenguaje en el estado y con participación de sus seguidores. Así, hallamos similitudes entre cada una de las páginas que se estudian, por lo que mantienen un vínculo basado en producción de contenidos con temas chiapanecos distribuidos mediante redes sociales, donde la virtualización, da el plus de las no barreras geográficas y la presencia de lo local mediante el rescate sociocultural.

De esta forma, dadas las características de las páginas y los nexos comunes que hay en ellas, la región de estudio de esta investigación se plantea con base a una espacialidad cibernéticamente construida, preponderando lo sociocultural, a través de fungir como una comunidad virtual que contempla diferentes características y elementos que la constituyen, entre ellos, la identidad, las interacciones sociales, los consumos culturales, la participación de los seguidores y los intercambios que hay entre ellos. Y es que como afirma Palacios (1983), “las regiones tendrán sentido sólo en tanto sean el escenario donde se asienta un conglomerado humano y una colectividad de elementos naturales, ambos en estrecha interrelación y formando un todo orgánico”(p. 12). Por ello, en el apartado siguiente se define específicamente la forma en que es entendida la construcción regional de este trabajo, comprendiendo los elementos de espacialidad social, pertenencias, interacciones y el mundo de lo virtual.

### 3.4 La ciber-región funcional

Es necesario ahora hablar sobre cómo se estructura y presenta la regionalización que aquí se propone. De entrada, ya se ha definido a *Facebook* como un ciberespacio social (ver apartado 3.2.4). Sin embargo, la conceptualización del espacio debe encontrar algo más que vincule las direcciones de flujos informativos e interacciones que se producen dentro del mismo y al funcionamiento colectivo como comunidad virtual.

Por ello, es importante recordar que la construcción regional es un proceso personal acorde a las necesidades de estudio que cada investigador va definiendo, en consecuencia, para este trabajo, la propuesta de regionalización se compone por diferentes aspectos: un ciberespacio –social y cultural– a través de estructuración en comunidad –red social–, con pertenencias sociales –a través en la identidad y los consumos– y un funcionamiento basado en interacciones sociales –flujos de información–.

Pensando en la configuración como región, retomamos la propuesta de región funcional de Klapk, Halás y Tonev (2013). Ellos mencionan que una región funcional está organizada por relaciones en un espacio e implica interacciones horizontales y verticales de diverso tipo –personas, bienes, materiales, energía, información, etc.–, sobre un espacio delimitado con capas de flujos imbricadas (véase figura 1). Entonces, estas relaciones que se dan dentro de las capas y

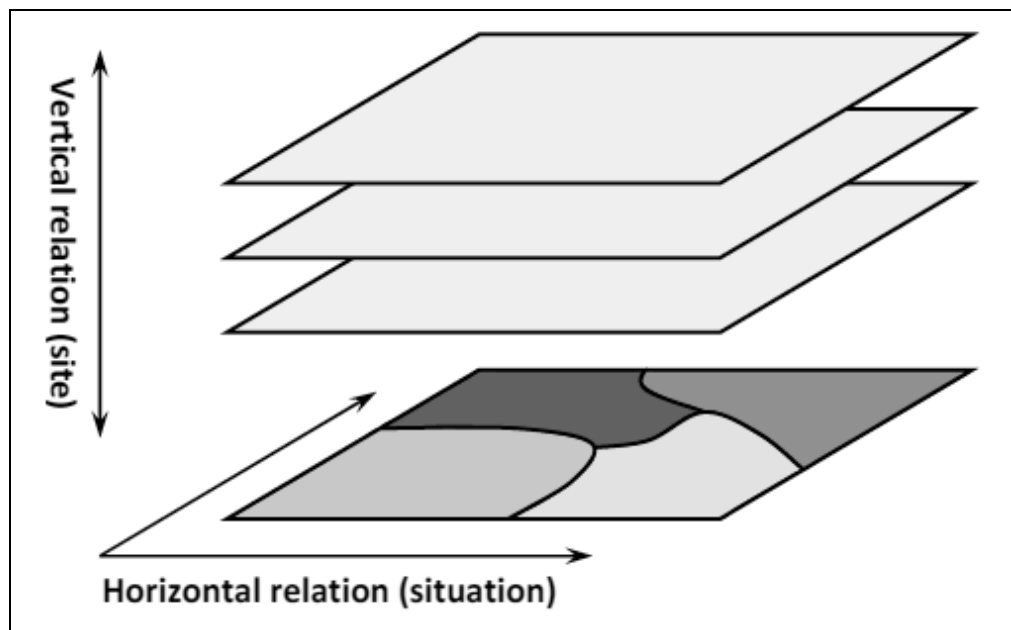
Son maximizadas dentro de la región (maximización de flujos o interacciones intrarregionales) y minimizada a través de sus fronteras (minimización de flujos o interacciones interregionales) para que los principios de cohesión interna y separación externa con respecto a las intensidades de los flujos o interacciones espaciales se cumplan (Klapk, Halás y Tonev, 2013, p. 96)

Este tipo de región funcional, entiende que en un espacio se dan relaciones e interacciones sociales que permiten un flujo más constante dentro de ellas, de modo que los vínculos relacionales y compartición de contenidos –como sucede en *Facebook*–, es una forma de presentar flujos informativos e interactivos. Cada miembro de la región funcional cumple con diferentes interacciones de

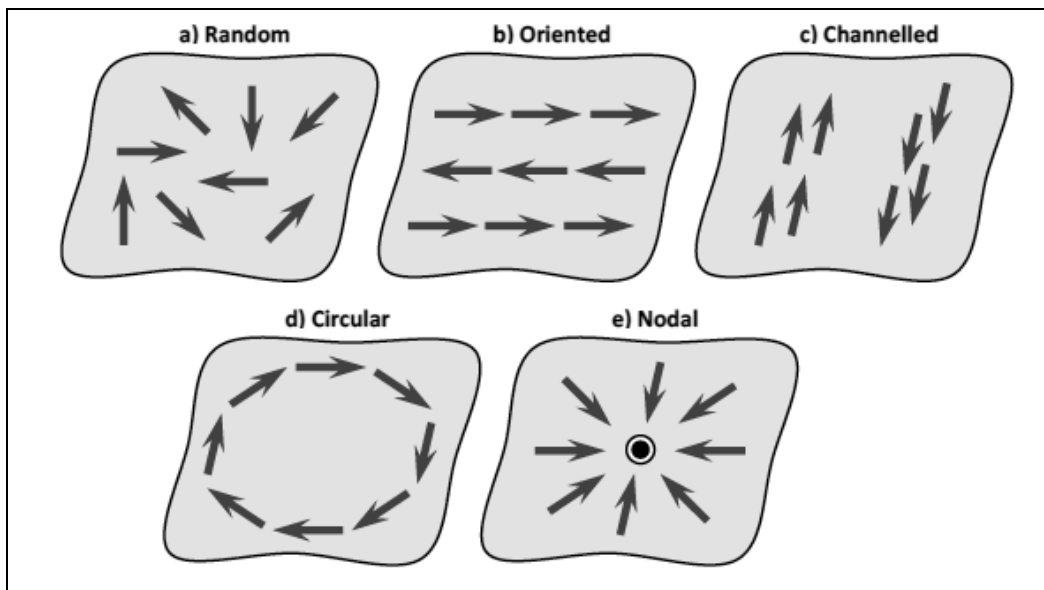
intercambios de diversa índole y tiene conexiones que lo vinculan con otros miembros.

Klapk, Halás y Tonev (2013) hacen una subdivisión de región funcional (ver figura 2) y las clasifican en función “con los principios de cohesión interna y separación externa que las convierten en unidades autónomas” (p. 97). De esta manera, existen diferentes tipos de regiones funcionales que se clasifican en:

- a) Región funcional aleatoria. Flujos en diversas direcciones y sin un orden específico.
- b) Región funcional con interacciones orientadas ordenadas, que se caracteriza por una dirección predominante de flujos.
- c) Región funcional con interacciones ordenadas canalizadas, que se caracteriza por una concentración de flujos en canales de comunicación.
- d) Región funcional con interacciones ordenadas circulares, que se caracteriza por flujos circulares cerrados.
- e) Región funcional con interacciones ordenadas nodales, que se caracteriza por una dirección de flujos hacia un nodo.



**Figura 1:** Relaciones horizontales y verticales de la región funcional. Tomada de Klapk, Halás y Tonev (2013, p. 96)



**Figura 2:** Flujos de interacción de la región funcional. Tomada de Klapk, Halás y Tonev (2013, p. 97)

Ahora bien, analizando los diferentes tipos de flujos, es posible situarnos primeramente y como base, en una región funcional de forma nodal que permite entender cómo se desarrollan las interacciones en las páginas de *Facebook*, donde el nodo principal es precisamente el administrador de la página y los flujos de acercamiento e interacción son los que se establecen con los seguidores, quienes convergen hacia ésta al momento de consumir los contenidos que producen.

Sin embargo, en el caso de *Facebook*, las relaciones y flujos no se mueven sólo hacia el centro, por lo que es necesario hacer énfasis en la importancia de la horizontalidad en las interacciones, porque ésta permite pensar no sólo en interacciones con la página sino entre los mismos usuarios al llevar a cabo compartición de contenidos y con otros ciberespacios. Al respecto, en el caso de la región funcional, Klapk, Halás y Tonev (2013) mencionan que: “cualquier tipo de flujo espacial o interacción puede organizar esta región” (p. 98). Además, muchos flujos de interacción son aleatorios, sin la necesidad de un vínculo directo (o amistad) con otros usuarios, pero se da aleatoriamente al generarse

---

dentro de un común denominador como lo es la página de su interés y/o alguna de las publicaciones en las que interactúan.

En consecuencia, para esta investigación, no es posible centrarse únicamente en un tipo de flujo –lo que sería un tipo de región funcional–, por lo es necesario y pertinente considerar mejor una región funcional por la combinación de los flujos que ocurren dentro de la misma, partiendo de la consideración de que existen relaciones sociales horizontales entre seguidores de las páginas de *Facebook* pero a su vez, relaciones verticales hacia la misma página –con los administradores–. Luego entonces, ambos tipos de relaciones permiten una infinidad de intercambios y de interacciones con elementos homogéneos, todas gestándose dentro de un ciberespacio como *Facebook*. Aquí es donde se genera la imbricación de capas de relaciones –diversos tipos de seguidores–, además, hay un cruce de lo vertical y lo horizontal. Podríamos hablar entonces de una mezcla de los seis tipos de flujos en las diversas capas que componen la ciber-región aquí presentada, dado que el ciberespacio da pie a múltiples interacciones de diferentes alcances.

Por ello, es importante resaltar dos dimensiones que se ven reflejadas en el funcionamiento de *Facebook* y que, por consiguiente, también caracterizan a la ciber-región: por un lado, la imbricación en los niveles de interacción y flujos que se dan en las mismas. Por el otro, cómo estos flujos informativos e interacciones cobran sentido al presentarse como una comunidad de práctica (véase apartado 1.2.2) con características de funcionamiento en red específicos e intercambios mutuos guiados por una pertenencia identitaria.

De esta forma, es posible posicionar un modelo de imbricación de capas dentro de *Facebook*, entendiéndolo primeramente como un ciberespacio social, donde las capas que lo componen y con las que se generan las interacciones –de diversos tipos– dan la certeza y reafirman las relaciones, interacciones, intercambios y prácticas sociales dentro de *Facebook*. Ahora bien, cada usuario representa un nodo que produce flujos de contenidos e información, con diversas cargas simbólicas socioculturales que contextualizan el uso de la red social y que además se dan de manera individual y colectiva al formar una comunidad de



intercambios y similitudes, por lo que se rectifica la constitución de una comunidad de práctica (ver apartado 2.4), lo cual implica interacciones y participación social con base a características socioculturales de cada uno de los miembros –los usuarios seguidores de las páginas en este caso con identidad, pertenencia, afiliaciones– así como de sus interacciones horizontales y la coordinación de un moderador –administrador– quien regula flujos verticales.

De esta manera, considerando la vinculación de una serie de elementos: las conceptualizaciones de una regionalización (ver apartado 3.1), los aspectos de ciberespacio; y la propuesta de estructura, con flujos de interacciones –de consumos informativos y procesos de comunicación/información– propias del modelo de región funcional de Klapk, Halás y Tonev (2013), emerge la comunidad de práctica virtual, cuya estructuración en red favorece una pertenencia identitaria y múltiples intercambios simbólicos socioculturales, lo que conlleva a una conformación ciberespacial social, que interpretamos como una ciber-región funcional.

De esta forma, el concepto de la región funcional es adaptable y comparable a la forma de funcionamiento de una comunidad de práctica, por lo que es visto como una región de estudio. Para explicar mejor la propuesta, en el siguiente apartado se desglosan más a detalle las formas de interacción, flujos de información y comunicación, la parte identitaria y la estructuración general de esta regionalización específica en Facebook.

### **3.5 La ciber-región funcional chiapaneca en Facebook**

Si bien, puede haber varios tipos de regiones y éstas se conciben y se proponen desde diferentes perspectivas de estudio y análisis, es necesario inspirarse en alguno de estos enfoques para sustentar el ejercicio de regionalización que demanda este estudio. De este modo, la configuración de la región de estudio de este trabajo, ha partido de entender al ciberespacio para contemplarlo como una

---

espacialidad de lo social, donde se gestan procesos, relaciones, interacciones y prácticas de los usuarios de *Facebook*. Entonces, su agrupación lleva a la creación de comunidades estructuradas por un sentido de pertenencia vinculando la identidad, a los intereses y al consumo de los usuarios. Así, la estructuración grupal en red es reflejo de una comunidad de práctica. Cabe señalar que, esta diversidad de elementos, funciona a través de flujos de información e interacciones sociales, configurando una región funcional. Por ello, hemos previamente analizado y discutido los elementos teóricos conceptuales que permiten dilucidar la forma en que se construye esta ciber-región.

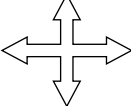
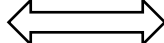





En el ejercicio de establecer un constructo de región para este estudio, nos hemos inspirado en la propuesta de región funcional de Klapk, Halás y Tonev (2013) dadas las características de composición y funcionamiento, ya que ellos mismos mencionan que el tamaño y la configuración de cada región funcional, dependerá de las características de los flujos y el núcleo de cada una, pero conservando esa caracterización de la imbricación de capas y flujos:

debemos ser conscientes del hecho de que todos los tipos de regiones funcionales pueden ocurrir a diferentes niveles jerárquicos, pueden tener un tamaño diferente que depende en parte de la posición jerárquica de los núcleos en el sistema de liquidación [en caso de que se identifiquen estos núcleos] y en el carácter del flujo espacial o interacción [por ejemplo, ir a las escuelas primarias y viajar a las escuelas secundarias] (p. 97).

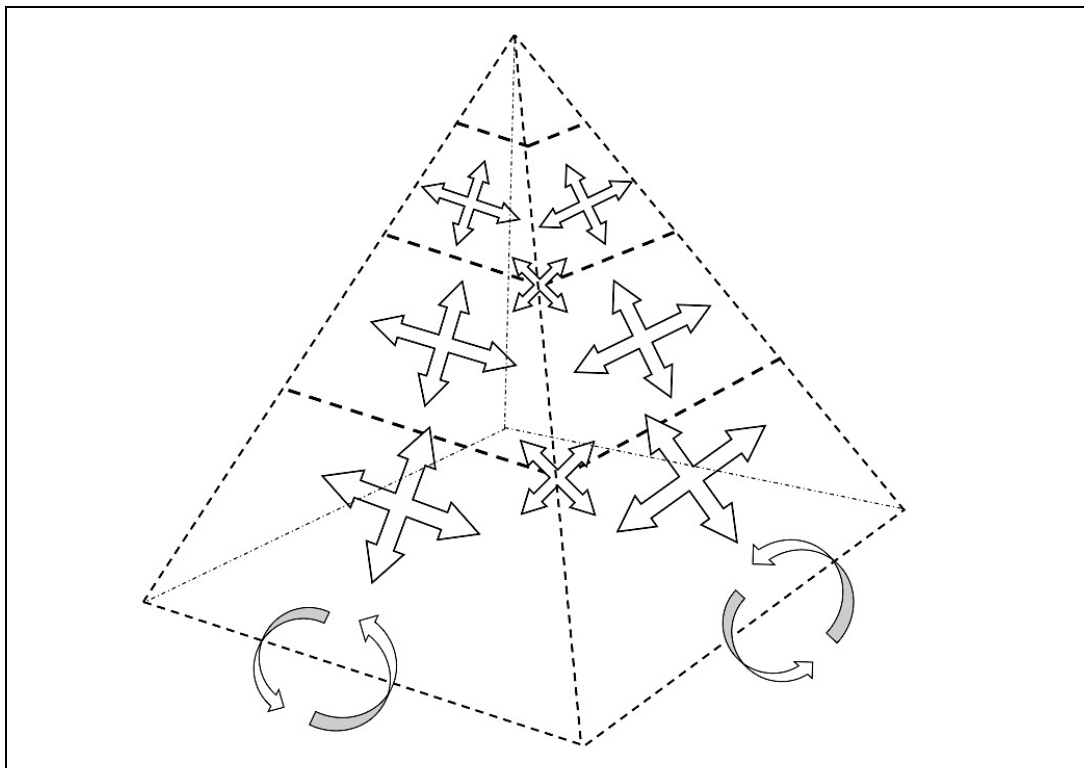
Por ello, este modelo –aunque es adaptado– es ilustrativo para un enfoque de espacialidad social dentro del mundo virtual, donde la estructuración imbricada de capas, conlleva a la existencia de flujos y relaciones plasmados en las interacciones que se gestan en las comunidades dentro de lo virtual, colectividad donde los usuarios comparten una identidad y elementos de afiliación a contenidos y significados chiapanecos; mismos que están moderados por un administrador de página, quien produce y busca la participación de sus seguidores, por lo que existe un funcionamiento similar al de una comunidad de práctica dentro de lo virtual. Luego entonces, *Facebook* como ciberespacio social, se ciñe a las bases estructurales de una región funcional, primeramente, desde

la forma nodal, partiendo de la necesidad de un grupo de administradores que coordinan los flujos de interacciones, de comunicación, de cargas simbólicas, con base a la producción de contenidos y que a su vez fungen como moderadores. Por ello, se plantea esta propuesta como una pirámide (véase figuras 3 y 4 y ver también cuadro 3 para acotaciones–) que tiene en la punta a los administradores de las páginas, encargados de generar los contenidos enviados en primera instancia hacia la base de la pirámide, que son los seguidores.

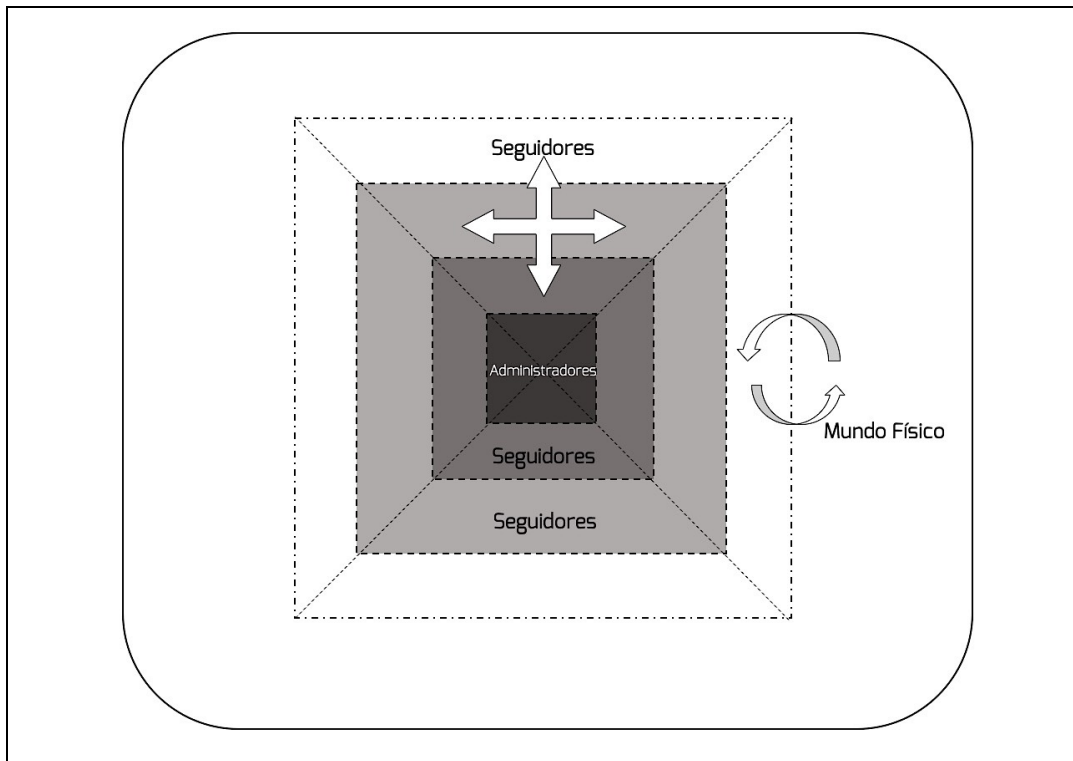
Posteriormente, es necesario ir sumando los flujos informativos y de interacción que hay entre los seguidores de las páginas y como una capa diferente de imbricación en el conglomerado de interacciones. Estos flujos de información son verticales, horizontales, diagonales o totalmente aleatorios entre los diferentes estratos que componen la estructuración de la región. Por ello, la necesidad de combinar las formas de los flujos de interacciones. Además, es importante aclarar que los flujos también se dan entre el ciberespacio social y el mundo físico. Por lo que son diversas las direcciones de interacción que se van gestando dentro de esta región de estudio como puede apreciarse en las figuras 3 y 4, donde a través de las flechas, esquematizamos las diferentes maneras en que los flujos se presentan dentro de un ciberespacio social como hemos definido a *Facebook* en nuestro trabajo. Es importante recalcar que a través de estos flujos se dan intercambios de elementos socioculturales apegados a un contexto caracterizado como chiapaneco, donde la identificación y reafirmación identitaria marcan pautas para persistencia, vigencia y grado de significación de cada vínculo.

	Flujos de interacción entre Niveles de capas		Flujos de información (producción y consumo)
	Flujos de interacción entre el mundo virtual y el mundo físico		Usuarios/miembros de la Comunidad de práctica virtual
	División entre niveles de interacción de capas y mundo físico y virtual		Afiliaciones de los seguidores
	Flujos de interacción entre usuarios (compartición de elementos socioculturales)		

**Cuadro 3:** Acotación de elementos para figuras de la ciber-región de estudio. Elaboración propia con base a propuesta de región.



**Figura 3:** Vista lateral de flujos de interacciones e imbricación de relaciones de la ciber-región. Creación propia con base a propuesta de región funcional de Klapk, Halás y Tonev (2013)



**Figura 4:** Vista cenital de ciber-región. Enfoque nodal y flujos. Creación propia con base a propuesta de región funcional de Klapk, Halás y Tonev (2013).

Además, parte fundamental de establecer esta ciber-región, consiste en comprender cómo el ciberespacio social tiene una delimitación de lo virtual –todo dentro de *Facebook* y los usuarios– y a la vez, mantiene interacciones e intercambios con el mundo físico<sup>24</sup> a través de símbolos, signos, elementos culturales, *hardware*, software, conexión a internet, ubicación territorial, los cuales que pueden expresar diferentes cargas simbólicas y elementos de pertenencia y afiliación, relaciones sociales. Así, de acuerdo con Velásquez (2006), dentro de lo virtual, existe lo espacial percibido al formar parte de una red social, lo espacial vivido, con las diversas prácticas que ocurren en una red como *Facebook* y lo que se representa al asumir un rol identitario:

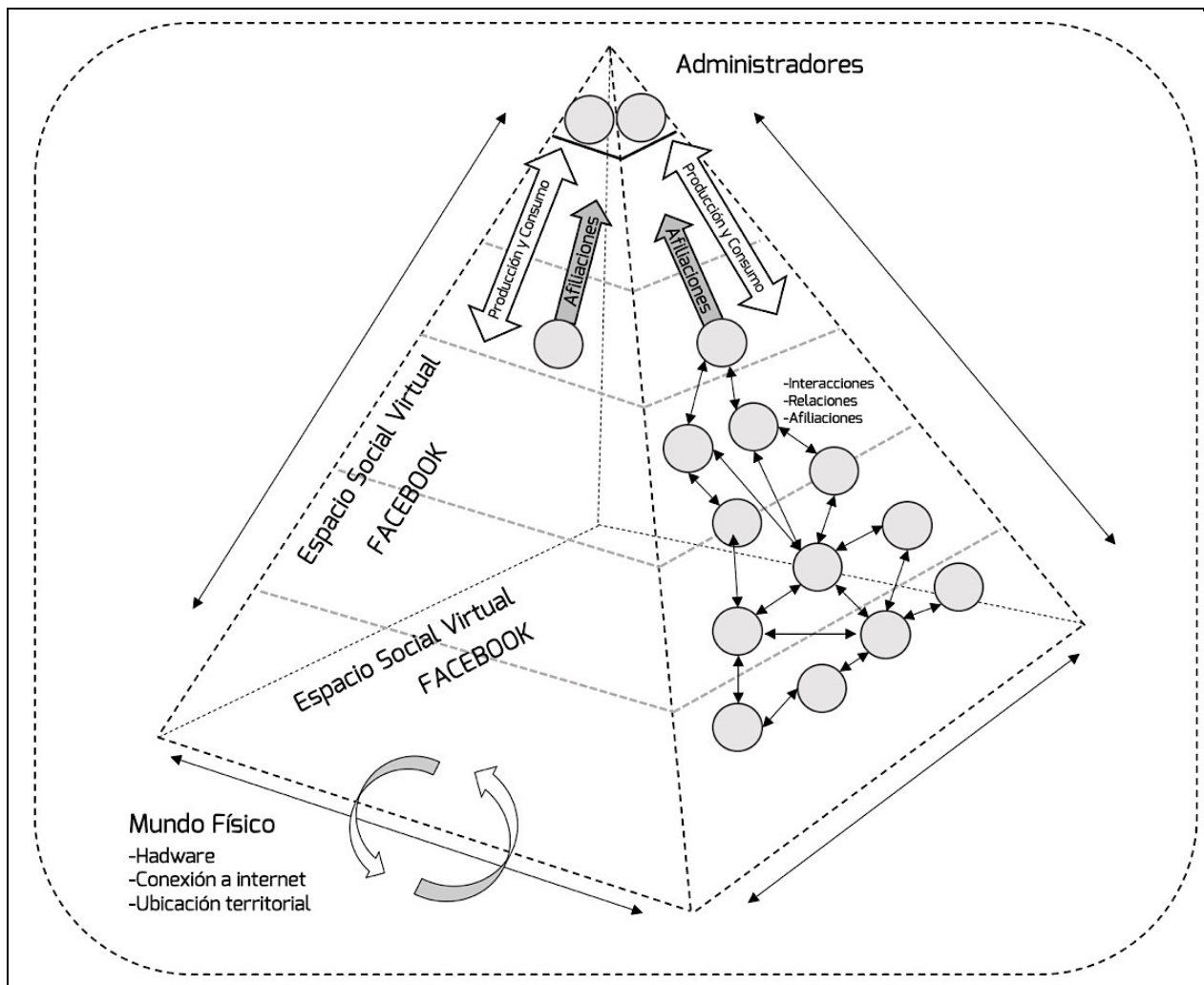
<sup>24</sup> Esto, como ya está explicado en el cuadro 3 de acotaciones es representado en las figuras a través de las líneas punteadas para dar el sentido de permeabilidad o porosidad en ambas

El concepto de región tiene como soporte un espacio limitado, altamente cualificado a través de las percepciones, representaciones y acciones de los individuos en sociedad, de manera que podemos afirmar que una región que se conoce como específica a partir de unas experiencias dadas en torno a determinadas prácticas sociales, económicas y culturales, dando lugar al surgimiento de tres categorías: el espacio percibido, el espacio producido y el espacio representado, categorías que entran en los espacios de vida, espacios vividos sobre los que se ha construido, y sustentado un ideal de región (p. 22).

Luego entonces, dentro de estas concepciones que construyen nuestra apreciación del ciberespacio, los flujos le dan sustento y fuerza a la estructuración regional. Proporcionan sentido de generación de contenido y de consumo, así como la posibilidad de alcance y constancia de la misma. En la figura 5, ilustramos cómo se dan estos flujos. Además, el consumo y la producción de contenidos implican un flujo constante e importante para que se generen las demás interacciones y cargas simbólicas de los seguidores. Esto implica que, si no hay contenidos comprensibles para los usuarios, no se generarían interacciones con la página y con otros usuarios.

Así, es posible entender cómo dentro de la ciber-región de estudio, están 3 componentes fundamentales y que le dan sentido (ver figura 5):

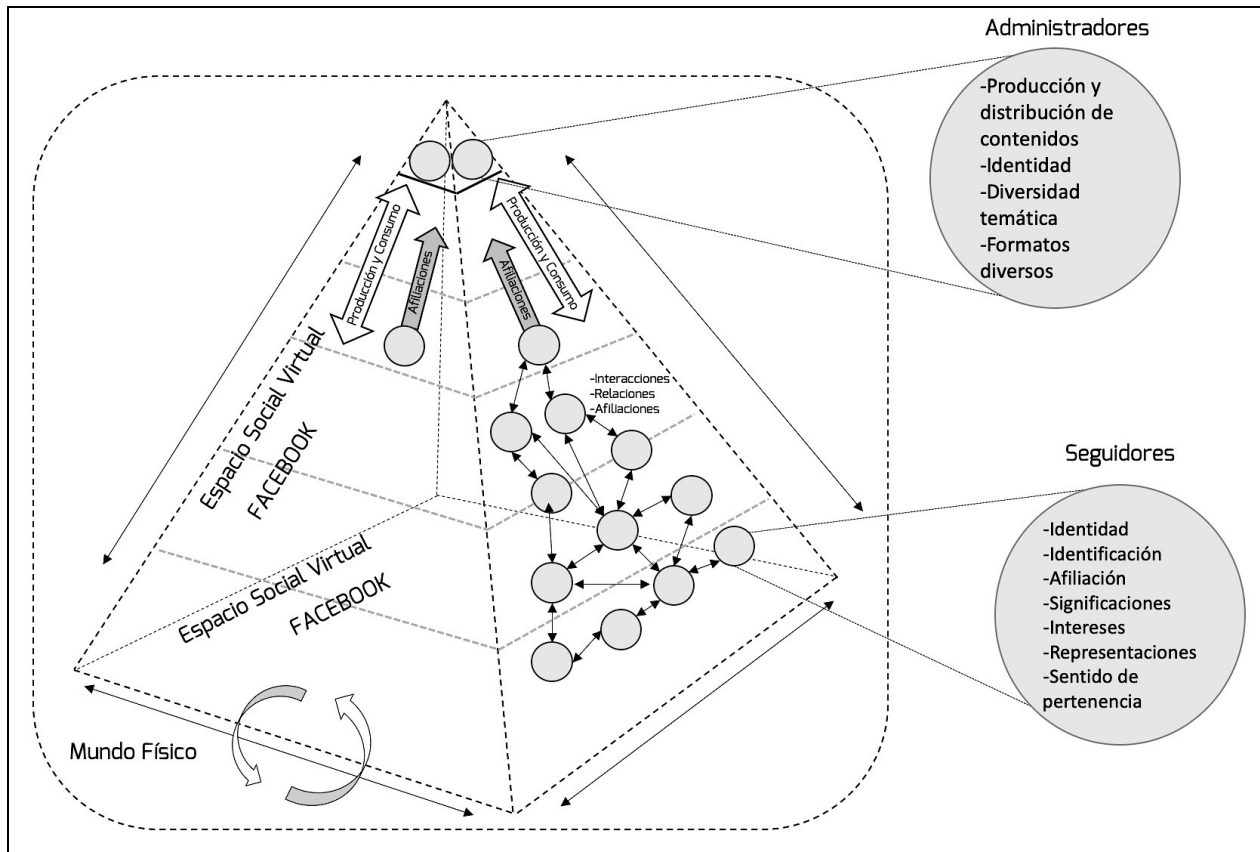
- Los miembros –administradores y seguidores–, quienes son los encargados de generar interacciones y vínculos dentro de la región, que es, en conjunto, una comunidad de práctica en lo virtual.
- Las características comunes de los miembros. Entre estas están, la identidad e intereses comunes, el gusto por los temas locales y la participación colectiva –distintivo de la comunidad de práctica en lo virtual y en conjunto como un conglomerado de espacio social–.
- Los flujos de interacción hacia diferentes direcciones entre los usuarios de la red (producción, consumo y relaciones) que completan el proceso de conformación regional, lo que representa la forma de estructuración de una región funcional.



**Figura 5:** Ciber-región de estudio. Creación propia con base a propuesta de región funcional de Klapk, Halás y Tonev (2013)

Sucede entonces que, parte importante de la estructuración y sentido de la región de estudio, se da a través de la producción y consumo de contenidos. Por ello, la participación conjunta de los administradores y de los seguidores es fundamental para entenderse como es una comunidad de práctica virtual con base a la identidad chiapaneca que llevan consigo, donde el componente simbólico de cada usuario tiene implicaciones en sus formas de relacionar y de interactuar (ver figura 6) y, además, este tipo de colectividad comparte información, significados y significaciones, lo que implica una estructuración

nueva de la sociedad y de sus formas de vida cotidiana. No es posible entender lo virtual sin lo físico, pero, además, se han vuelto concomitantes en la creación de prácticas y situaciones sociales y culturales.



**Figura 6:** Ciber-región de estudio y componentes simbólicos de los usuarios (administradores y seguidores). Creación propia con base a propuesta de región funcional de Klapk, Halás y Tonev (2013).

De esta forma, en la figura 6 se esquematiza cómo se mueven los flujos de información e interacción, donde en un inicio el administrador de cada página, crea variedad de contenidos sobre Chiapas con base a su identidad y utilizando diferentes formatos para crear interés y gusto en sus seguidores. Por su parte, los seguidores de las páginas, comparten esa identidad, por lo que crean una afiliación con los contenidos que consumen, estos últimos basados en sus intereses y significaciones, por lo que generan un sentido de pertenencia y de



---

participación constante y activa. Cabe señalar que, de acuerdo con Coraggio (1979) “el espacio no es algo que esté al lado de otros objetos físicos, sino que es condición de existencia de éstos” (p. 70). Por ello, una región fundamentada en una espacialidad, cumple también con esta característica de definición y existencia a través de cómo se compone y lo que la caracteriza. Así, la ciber-región funcional permite la conceptualización de capas imbricadas que representan relaciones e interacciones sociales a través de flujos de comunicación e intercambios –consumo de contenidos, comentarios, compartición, reacciones–, dentro de una espacialidad social en lo virtual como lo es *Facebook* y donde los usuarios que se agrupan y participan –comunidad de práctica virtual–, además de hacerse de una identidad definida, están contextualizados con diversas cargas simbólicas socioculturales propias de su mundo físico y que son llevadas a lo virtual.

García Álvarez (2016), asevera que la región puede ser vista como un centro de intención, como “un espacio de vida y espacio vivido por y desde el sujeto” (p. 45), donde, además, la atención se centra en las dimensiones colectivas, ya que es un foco de identificación social. Así cada usuario, ya sea administrador o seguidor, va configurando elementos socioculturales propios que lo llevan a la constitución comunitaria por intereses comunes. Sumado a esto, Villalobos (2016) menciona que “las regiones se construyen tanto desde abajo, desde sus relaciones socio ambientales, desde la creación de identidades regionales o regionales, etc., como desde arriba, como una herramienta de gobierno y administración” (p. 21), por lo que es posible entender cómo las formas identitarias son una representación clara de estructuración regional, dado que se hace uso de elementos globales y locales para la configuración identitaria y adaptación a las herramientas y espacios de participación social.

Entonces, pensando en la región como un espacio social de identidad e identificación, Nates (2006) propone que las regiones pueden entenderse también un “conjunto de prácticas y expresiones materiales y simbólicas capaces de garantizar la apropiación y permanencia de un determinado territorio, y de su efectividad espacial” (p. 09). Por lo que se refirma la necesaria significación e

identificación –apropiándolo, creando pertenencia–, mediante lo que un usuario consume y cómo interactúa en *Facebook*, para formar parte de una comunidad virtual que comparte significados de lo que ellos mismos definen como sociocultural chiapaneco. Así, se presenta una ciber-región funcional chiapaneca como una comunidad con prácticas e interacciones constantes y enlazadas al consumo y compartición de elementos comunes y de interés colectivo, todo dentro de *Facebook* y definido aquí como un ciberespacio social.

### **3.6 Recapitulación**

En este capítulo se ha descrito la construcción de la región de estudio de este trabajo. A la causa, ha sido tomada como referencia estructural, la propuesta de región funcional de Klapk, Halás y Tonev (2013), ya que esta conformación regional, permite entender cómo se dan flujos de relaciones e interacciones en un espacio definido por el mismo contexto que los usuarios permiten.

Así, se ha visto cómo el espacio es entendido desde una forma social –y a la vez cultural–, que permite dilucidar parte de las prácticas y situaciones actuales que son llevadas del mundo físico al mundo virtual y viceversa, y poder entender que el espacio se adapta por las mismas acciones e interacciones que los sujetos –usuarios en este caso–, tienen sobre dicho espacio. Contrario a otros tipos de regionalización, no fue posible determinar un aspecto territorial limitante para la región que se aborda, sin embargo, este elemento siempre está presente desde la opción de acceso a lo virtual, considerando una ubicación geográfica y temporal, elementos locales y globales y como un sentido de pertenencia identitaria al momento de consumir contenidos en *Facebook* y como elemento de conjunción social. Al estar enfocados en el mundo virtual, el espacio se acondiciona a esa exigencia, por lo que se ha definido como un ciberespacio social cargado de identidades e identificaciones, prácticas, situaciones y significados que

---

acompañan el encuentro del sujeto con lo virtual. De esa forma, una práctica común es el consumo cultural en lo virtual.

Para el caso de esta ciber-región, el consumo genera interacciones entre usuarios y crea afiliación hacia las páginas de *Facebook*. Pero no podría darse un consumo específico si el contenido no cumpliera con ciertos parámetros o especificaciones que cada administrador produce –y proyecta–. Por lo que, si bien, *Facebook* está definida como una plataforma de red social, sus características y posibilidades lo colocan como un ciberespacio que permite más allá de solo relaciones y consumos ligados a la identidad de ambas partes de usuarios, teniendo en los flujos e interacciones, elementos de sobra para considerar la estructuración y anclaje de esta región como una comunidad de práctica en lo virtual.

Es importante señalar también que en este capítulo se ha visto cómo los estudios regionales son una posibilidad de entender realidades sociales a través de una mirada interdisciplinaria que vea problemas o situaciones diversas. Así, la latente emergencia de entender las condiciones sociales y culturales mediante situaciones contemporáneas –como el auge de lo tecnológico–, es una posibilidad de estudio y de nuevos contextos para la generación de conocimiento, por lo que el atrevimiento de pensar en la actualidad también en ciber-regiones, no es más que una necesidad académica que debe ir ganando terreno.

En consecuencia, esta propuesta de ciber-región funcional chiapaneca, abre la ventana del conocimiento para el estudio de un aspecto sociocultural en Chiapas que aún está parco, pero que al ser contemporáneo y con importancia por el impacto social, aspira a ser punta de lanza para abundar más en las investigaciones sobre el uso de la tecnología y lo social en un estado que, aunque aún carece de avances en materia de desarrollo y acceso tecnológico, no está exento de todas las implicaciones socioculturales dentro de varios aspectos, donde se da la mezcla de elementos globales y locales que dan pauta a entender al desarrollo de las nuevas generaciones y las adaptaciones y adopciones de las generaciones que han ido creciendo con estos avances.

## **CAPÍTULO 4 - DISEÑO DEL CAMINO: ELEMENTOS METODOLÓGICOS DEL ESTUDIO**

Los actuales contextos sociales han experimentado transformaciones debido a la incorporación de la tecnología en la vida cotidiana; y esto trae consigo la necesidad de entender la realidad desde nuevas perspectivas. Entonces, el trabajo académico se ha dado a la tarea de proponer metodologías que permitan acercarse a un problema de estudio de la forma más natural y objetiva posible.

Por ello, en este apartado se presentan los elementos teórico metodológicos desde donde ha sido el acercamiento al objeto de estudio y al análisis correspondiente de los hallazgos obtenidos con la aplicación metodológica, partiendo desde el enfoque de investigación y definiendo las características del método utilizado. Igualmente, se hace una breve revisión sobre investigaciones que han hecho uso de esta metodología, para tener un panorama más amplio de los alcances y modos de acción. Posteriormente, se detalla la construcción metodológica particular de este trabajo, ya que este método nos permite aproximarnos a los espacios virtuales, para investigar y entender las nuevas relaciones sociales que subyacen en las interacciones y prácticas de los usuarios de plataformas de internet. Finalmente, se presentan las categorías obtenidas con base a la codificación y revisión de lo hallado durante el proceso metodológico.

---

#### **4.1 La investigación cualitativa: un enfoque hermenéutico interpretativo**

La información que se ha obtenido en este trabajo no puede ser tratada desde una perspectiva cuantificada. Por ello, se finca un límite con la mirada positivista y ubicamos este trabajo dentro de un corte cualitativo que permite entender interacciones y procesos humanos apegados a lo sociocultural. Para esta labor, es necesario abordar brevemente los paradigmas de investigación. Desde la propuesta de Thomas Kuhn (1962), se ha considerado que un paradigma es entendido como un conjunto de nociones teóricas, epistemológicas, filosóficas, metodológicas y conceptuales que orientan la creación de conocimiento científico. Por consiguiente, al elegir un paradigma, ha de seguirse una línea de acción investigativa que permita un acercamiento mejor encaminado y sostenido sobre el objeto de estudio. Es así como la investigación que aquí se presenta, se ubica en un paradigma hermenéutico interpretativo, el cual proporcionará un campo epistemológico, teórico y metodológico basados en las preguntas de investigación y los objetivos que se buscan.

De acuerdo con Pons Bonals y Hernández Reyes (2012), el enfoque hermenéutico interpretativo busca comprender y explicar algo. Esta perspectiva se caracteriza por tener como guía supuestos flexibles –y una lógica inductiva–. Además, la relación sujeto-objeto está interrelacionada y se ve influenciada por valores subjetivos. Por ello, dentro del paradigma hermenéutico interpretativo se comprende que los fenómenos sociales dependen de las situaciones e intenciones de los sujetos.

Desde esta óptica, el investigador se acerca al trabajo con ciertas ideas y supuestos de lo que ocurre con el objeto de estudio, pero siempre los sujetos serán los encargados de brindar la información vinculada con ese objeto. Martin J. Packer (1985) asevera que “el paradigma hermenéutico toma como punto de partida el hecho de que, a pesar de las ambigüedades, cualquier observador tiene una comprensión preliminar práctica de lo que ‘está tramando’ la gente que está siendo estudiada” (p. 1081). Esa comprensión es posible gracias al acercamiento apoyado en diferentes herramientas metodológicas, las cuales son explicadas

---

más adelante. El mismo Packer (1985) ha considerado desde hace años que en la investigación hermenéutica, el origen del conocimiento deviene de la actividad práctica, que implica la participación de todos los días con los artefactos y la gente.

Ahora bien, es importante señalar que la hermenéutica interpretativa surge desde el análisis interpretativo textual, donde busca comprender la realidad con base al lenguaje, género, uso de palabras y demás elementos de una sintaxis. Por ello, coincidimos con Arráez, Calles, y Moreno (2006), cuando afirman, que la hermenéutica es asumida como “una actividad de reflexión en el sentido etimológico del término, es decir, una actividad interpretativa que permite la captación plena del sentido de los textos en los diferentes contextos por los que ha atravesado la humanidad” (p. 174). Sin embargo, es bien sabido que cada paradigma ha ido transformándose y adaptándose a las circunstancias que la realidad y las exigencias de la búsqueda del conocimiento generan. Así, es importante un proceso de interpretación, dado que, dentro del espacio virtual, se dan mensajes escritos y visuales, muchas de ellos de ellos, con ciertos objetivos y motivaciones de creación. Por lo que la acción de interpretación, tal como mencionan Barbera e Inciarte (2012) “propone la comprensión de la acción humana mediante la interpretación de esas motivaciones” (p. 201). Y es que, tal como especifica Katayama (2014), la hermenéutica, “asume la naturaleza ‘textual’ de la realidad social como una suerte de texto pasible de interpretación. Y a partir de dichos discursos se reconstruye el universo simbólico detrás de éste” (p. 52). Así, la interpretación dentro de la hermenéutica, busca “la comprensión e interpretación de la realidad de la vida social” (Barbera e Inciarte, 2012, p. 201).

Arráez, Calles, y Moreno (2006), consideran que “la interpretación viene a identificarse con la comprensión de todo texto cuyo sentido no sea inmediatamente evidente y constituya un problema, acentuado, por alguna distancia [histórica, psicológica, lingüística, etc.] que se interpone entre nosotros y el documento” (p. 173). Por tanto, la persona que está haciendo uso de este enfoque de investigación –el hermeneuta–, “se dedica a interpretar y develar el

---

sentido de los mensajes haciendo que su comprensión sea posible, evitando todo malentendido, favoreciendo su adecuada función normativa y la hermenéutica una disciplina de la interpretación” (p. 173)

Esta investigación, además de analizar textos en publicaciones de *Facebook*, también busca entender textos en otros soportes, como en imágenes y videos, y las reacciones que hay acerca de los mismos. Además, se analiza la carga simbólica en cada uno de estos elementos. Por ello, la comprensión de lo que los usuarios de *Facebook* hacen dentro de la red social, puede abordarse desde este paradigma epistemológico porque se buscan entender motivaciones y fenómenos sociales plasmados en las publicaciones que hay en las páginas de *Facebook* estudiadas.

Así, la investigación que aquí se desarrolla, toma sus bases desde la hermenéutica interpretativa por lo que se inscribe dentro de una investigación de corte cualitativo que busca entender los nuevos espacios sociales a través de la mirada de los mismos participantes y las interacciones que ellos generan y dan sentido a través de sus significaciones. A su vez, es importante hacer interpretaciones que permitan vínculos con conceptos como identidad, espacio, cibercultura y consumos culturales. Y es que, dentro del paradigma interpretativo, es necesario enlazar las teorías y metodología que permitan un acercamiento, lo más objetivo posible, a nuestro objeto de estudio, aunque, como lo ha señalado Kuhn (1962), independientemente de la vinculación de teoría y método al posicionarse en un paradigma, siempre se hace una depuración acorde a que lo que sirve y no al investigador para explicar el fenómeno abordado. Recordemos que, el análisis cualitativo se centra en hallar explicaciones sobre fenómenos que necesitan entenderse más a profundidad y con la oportunidad de amplitud cognitiva. Por ello, no es recomendable cerrar el conocimiento y mucho menos limitar, ya que uno de los mayores aportes de este tipo de investigación es la posibilidad de sus alcances. Así, Izcara (2014), asevera que el enfoque cualitativo tiene características particulares que permiten entender su injerencia y singularidad para lograr acercamientos. Ésta, pretender “responder al ‘cómo’ y ‘por qué’, [...] es abierta, flexible e impredecible” (p. 13).

Desde el enfoque cualitativo, se establecen respuestas que, aunque no sean concretas y específicas, logran enmarcar un problema de forma que pueda comprenderse su naturaleza y lleve a una explicación más convincente, todo guiado de forma sistemática y metodológicamente. Desde la mirada de Rodríguez y García (2009), la investigación cualitativa, tiene como objetivo comprensión de hechos y de la complejidad de las interrelaciones que se dan en la realidad. Pretende que el investigador comprenda sucesos una vez que hallan descripciones e interpretaciones completas, logrando no un descubrimiento, sino la construcción del conocimiento.

De acuerdo con Balcázar *et al* (2013) y Katayama (2014), este tipo de investigación tiene entre sus características y objetivos principales que:

- Es inductiva
- Tiene una perspectiva holística (percibe al fenómeno social como un todo)
- Intenta comprender a las personas dentro del marco de referencia de ellas mismas
- El investigador aparta sus propias creencias; no obstante, éstas son un punto de referencia para interpretar la realidad que está estudiando.
- Todas las perspectivas son valiosas
- Se da énfasis en la validez de la investigación, próxima al mundo empírico.
- Para este enfoque, todos los escenarios y las personas son dignos de estudio.
- Puede aplicarse en el ámbito micro, ya que profundiza más en la situación.
- Se orienta más a lo que es significativo, relevante y consciente para los participantes.
- Se utiliza en diferentes disciplinas.
- Estudia la organización social y cultural de un grupo.
- Es adecuada para el análisis de fenómenos complejos.
- Se orienta al conocimiento de la naturaleza de un grupo social.
- Se centra en fenómenos típicamente humanos.
- Permite el estudio de expresiones sociales poco accesibles.
- Facilita el examen de relaciones sociales no generalizadas



---

Consideramos que estos rasgos permiten aclarar la pertinencia del enfoque cualitativo y la inserción de este trabajo de investigación dentro de este paradigma, dado que además de enfocarse en grupos sociales, se busca conocer a las personas desde su propia perspectiva, entender sus interrelaciones, motivos y situaciones dentro de lo virtual. Y es que, tal como afirma Álvarez-Gayou (2013), la investigación cualitativa “busca la subjetividad, y explicar y comprender las interacciones y los significados subjetivos individuales o grupales” (p. 41). Ahora bien, dentro de este paradigma existe un abanico de posibilidades; pero dado la naturaleza de nuestro objeto de estudio, se ha elegido a la etnografía virtual como método de trabajo, la cual sienta sus bases en la etnografía social pero adaptada a las nuevas concepciones de espacios tecnológicos que han surgido gracias al desarrollo social en cuanto a comunicación, información e interacciones socioculturales (Franco, 2013). A continuación, se detalla más sobre el método.

#### **4.2 Nuevas circunstancias sociales y culturales: necesidad de una etnografía específica.**

Hoy en día, la sociedad se encuentra en cambio constante gracias a la tecnología. Es indudable que actualmente hay una amplia inclusión de múltiples recursos tecnológicos en la cotidianidad que generan diversas concepciones de lo social desde múltiples ángulos. Lo queramos o no, nuestro día a día se articula cada vez más con respecto a la tecnología y sobre todo a las plataformas de internet. Así, la inclusión tecnológica en la vida cotidiana transforma el mundo, las TIC, de acuerdo con Gómez, Arvizu & Galindo (2005), “establecen transformaciones ecológicas en nuestro ámbito social y cotidiano [...] han contribuido a establecer cambios estructurales en muchas de las esferas de lo social –sin que esto signifique un determinismo tecnológico–” (p.160). Por ello, para abordar los nuevos fenómenos sociales, se ha hecho necesario (re)configurar las posibilidades metodológicas. En este trabajo se hace una importante distinción

---

entre etnografía –que llamaremos “etnografía tradicional”–, que viene desde la antropología e implica la inmersión del sujeto en una realidad desconocida – desde Malinowski (1973)– y la etnografía virtual. Y es que, tal como afirma Creswell (1998), la etnografía tradicional “nos permite hacer una descripción e interpretación de un grupo o sistema cultural o social” (p. 58), sobre todo, pensando en los objetivos particulares que tengan en la investigación.

Es importante considerar que la etnografía tradicional busca una inmersión amplia del investigador –lo suficientemente larga–, para ser capaz de detectar elementos diversos conectados con el objeto de estudio con la investigación, logrando una comprensión más completa que permita entender todo el contexto donde se desarrolla el objeto de estudio, dado que, como explica Chanona (2011), “los estudios de corte etnográfico nos llevan a una visión holística del objeto de la investigación. No solamente se aborda el evento que se estudia, sino que a la vez se interconecta con otros elementos que intervienen en su constitución” (p. 188). Por ello, dentro de este método tradicional es necesario que el investigador se desplace y esté inmerso en el entorno del fenómeno social; y permanezca allí una larga temporada para conseguir el propósito de su trabajo y a la vez respetar los principios que fundamentan al método.

Cabe aquí detenernos un momento para discutir que el entorno social ha igualmente experimentado cambios. Constatamos en la actualidad, que muchos aspectos de la vida se articulan alrededor de máquinas que pueden facilitarnos las tareas. Actualmente, utilizamos un dispensador de gasolina, un controlador de estacionamiento, un despachador de dinero, entre otros muchos artefactos que pueden funcionar de manera independiente, es decir, sin la presencia de un humano que las haga funcionar. Ni hablar de la sofisticación de los teléfonos celulares, las tabletas y las computadoras portátiles, a través de los cuales es posible que organicemos nuestra agenda, enviemos mensajes y resolvamos un sinfín de tareas sin necesidad de desplazarnos. Incluidas aquí las acciones de socialización entre personas, quienes están en un contacto más frecuente en el terreno de lo virtual que en el espacio social físico.

De esta manera, el ser humano va adoptando y adaptando un sinfín de artefactos que luego le resultan indispensables en su entorno. Si bien estas herramientas o recursos tenían como propósito el facilitarle la vida, ellas, en algunos casos, han propiciado otra problemática social. De lo anterior, podemos constatar que, es un hecho innegable, el cambio en las relaciones humanas y que esto genera interacciones sociales muy particulares.

El mundo virtual permite una comunicación en paralelo, es decir, intercambio con personas que tenemos al alcance y con aquellas que se encuentran en la lejanía, en ciertas circunstancias, casi de manera simultánea. Esto implica entonces que lo virtual ha ido ganando terreno en todos los ámbitos posibles. Por ejemplo, en el ámbito de la educación hoy es posible completar la enseñanza con recursos didácticos que se colocan en distintas plataformas específicas. Sin duda, la diversión también se ha visto impactado porque los juegos y el entretenimiento no son ahora los mismos que en años pasados y no sólo gráficamente, sino también en la forma de interacción del usuario con el mismo juego y con otros usuarios.

Luego entonces, se evidencia que muchos procesos sociales son adaptados –algunos incluso condicionados–, al entorno tecnológico, dado que como explican Area & Pessoa (2012), “las TICs han generado o acelerado una revolución de gran alcance en las sociedades actuales, la cual gira en torno a la transformación de los mecanismos de producción, almacenamiento, difusión y acceso informativo; en sus formas y flujos comunicativos” (p. 14). En consecuencia, diversas actividades comunes de las personas se ven enmarcadas dentro de lo tecnológico, donde los consumos y las prácticas culturales, son de las actividades más recurrentes. Por ello, concordamos con Trejo Delarbre (2001) en cuanto a que 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, donde hay nuevas (re)interpretaciones y (re)significaciones del mundo; y de las relaciones entre las personas.

En particular, el usuario de internet experimenta diferentes interacciones en las distintas plataformas dentro de la red. Igualmente encuentra muchísimos

---

contenidos que puede relacionar y contrastar con su formación cultural, social, educativa, ideológica que constituyen sus capitales culturales y económicos reales. La navegación en la red, permite al usuario, por un lado, explorar nuevos entornos; y por el otro, confrontar su mundo real con el mundo recreado en el ciberespacio. Así, la investigación debe ver por ambos aspectos. Al respecto, Hine (2004) establece que:

Un complemento útil para el estudio del universo online, que trata Internet como una esfera cultural separada, sería el análisis de los contextos de relaciones sociales offline presenciales en los que ésta se articula y transforma. Con ello, se lograría una explicación mucho más rica sobre los usos de Internet y los modos en que las relaciones locales conforman su uso en tanto tecnología y, también, como contexto cultural (p. 76).

Luego entonces, la trayectoria sociocultural que cada usuario construye a lo largo de su vida en un espacio específico, es de suma importancia para entender cómo esa misma trayectoria determina la manera de aproximarse y desenvolverse en los espacios virtuales, porque ella constituye una especie de filtro por el cual el individuo puede ir particularizando y seleccionando elementos acordes a sus intereses y/o necesidades. Así, es como se considera que el mundo virtual no está desconectado del mundo real.

Saskia Sassen (2003) afirma que el análisis y comprensión del mundo mediante las TIC's propicia dos aspectos relacionados a la información tan amplia y heterogénea que podemos encontrar en lo virtual, por lo que considera que dos tipos: por un lado, uno relacionado al mundo de los datos y estadísticas, que es estándar y de fácil acceso. Por otro lado, se encuentra el tipo de información que es mucho más difícil de obtener precisamente y que requiere interpretación/evaluación/juicio, lo que lleva a obtener datos de naturaleza más rica y de mayor profundidad. Acceder al primer tipo de información es más inmediato y de manera global, mientras que con el segundo tipo de información se requieren muchos más elementos que no sean solamente técnicos sino también sociales y los denomina como "la infraestructura social de la conectividad global" (p. 38). En este sentido y pensando en el trabajo académico

---

y de investigación, el peso social y cultural juegan un papel muy importante para el momento de involucrarse en lo virtual y esto requiere habilidades y consideraciones tanto en los usuarios como en los investigadores que buscan entender las nuevas realidades sociales.

Luego entonces, introducirse como investigador en el mundo virtual requiere comprender un mundo que, si bien es paralelo a la realidad de cada sujeto, experimenta una re significación y reconfiguración de las interacciones sociales, porque su construcción no es ajena al mundo real cotidiano; ya que el mundo real es el que nutre de contenidos y significaciones lo virtual. Así, encontramos anteriormente salas de chat, mientras que, en la actualidad redes sociales y profesionales, transmisiones en *streaming*, espacios para el consumo informativo y más. En consecuencia, no es posible entender algo en lo virtual – salvo con elementos que son nativos del entorno ciberespacial– sin la contextualización y significaciones reales que cada usuario lleva consigo; y es esto lo que vuelve compleja la tarea del investigador y lo que nos ha llevado a incursionar por nuevos caminos de la etnografía. Así, revisemos más a detalle en qué consiste el método de la etnografía virtual y la necesidad imperante para esta investigación.

### **4.3 La etnografía virtual: un método cualitativo**

Para entender cómo funciona y se estructura la etnografía virtual, es necesario remarcar que esta metodología, parte de la etnografía –que denominaremos sólo ‘etnografía’ o ‘etnografía tradicional’, para hacer la diferenciación–, de donde se retoman ciertas características importantes, pero ubicándolas sólo en los espacios virtuales que permitan conocer esa faceta de uso de los sujetos de estudio.

La etnografía tradicional es aquella que logra acercarse al objeto de investigación de una forma que permite la inserción –sin ser necesariamente

---

participante– en el contexto donde se desenvuelven los sujetos de estudio, tal como lo define Hine (2004): “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” (p. 56). A su vez, la etnografía tradicional 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 con referencia a marcos estructurales que logran explicar estos procesos (Domínguez, 2007).

Dentro del mundo de la investigación, ha existido un cambio, porque hay que adaptarse a las circunstancias y exigencias académicas en la búsqueda del conocimiento, por lo que el método etnográfico:

ha evolucionado para contribuir al análisis de un fenómeno que tiene dimensiones culturales, sociales y cognitivas emergentes, por lo tanto, son profundamente significativas para entender uno de los ángulos del mundo contemporáneo y de la emergencia de prácticas pedagógicas innovadoras (Ruíz Méndez y Aguirre Aguilar, 2015, p. 70).

Por su parte, Ardèvol y Gómez (2012) aseveran que “la etnografía es un método que consiste en que el investigador se sumerja en el mundo que estudia e intente describirlo teniendo en cuenta el punto de vista de quienes lo viven” (p. 192). Así, conjunta tanto la visión de los sujetos de estudio como del mismo investigador que busca conocer algo referente a esos sujetos y su propio entorno, en donde también es un sujeto participante.

Así, la etnografía tradicional marca una base para la forma metodológica que se trabaja en esta investigación. Aunque, para este proyecto, la adaptación de la etnografía al mundo virtual es la opción por la que se hemos optado, tomando base las estipulaciones de Christine Hine (2004) como la principal guía del trabajo metodológico, sin embargo, hay muchas otras consideraciones de diferentes autores que refuerzan y adaptan nuestra construcción teórica del método para una mejor adaptación y guía acorde con nuestro objeto de estudio y especificaciones más precisas en el ámbito de los estudios regionales.

Recientemente ha habido una mayor atención al estudio de la conectividad y las interrelaciones. Por lo cual, Hine (2004), afirma que existe una mayor preocupación por los fenómenos translocales, ya que “la etnografía ha sido particularmente notable en los estudios de la ciencia y la tecnología [Franklin, 1995] así como en los estudios culturales y de los medios [Radway, 1988]” (p. 76). Sumando a ello, la misma Hine (2004) considera que con este tipo de etnografías se rompe con la noción de espacialidad en las comunidades para concentrarse en los procesos culturales en lugar de los lugares físicos. Como ya hemos discutido en el apartado de regionalización (ver apartado 3) la manera en que ambos aspectos pueden ser concomitantes, ya que existe una separación del espacio geográfico para ubicarnos en una espacialidad virtual y darle mayor peso a las prácticas culturales, las concepciones identitarias y las interacciones sociales pero ambiente el mundo físico provee elementos que están presentes en lo virtual y viceversa.

Y es que, tal como lo consideran Ruíz y Aguirre (2015) la utilización de las TIC no debe ser visto como especie de amenaza para las relaciones sociales; sino que ésta “aumenta sus posibilidades de reestructuración en términos tempoespaciales, por lo que el uso y la apropiación de una cultural digital contribuye a la definición de la modernidad que caracteriza al mundo actual” (p. 75). Sumado a esto es necesario entender que “el interés por la etnografía virtual o en línea surge cuando el objetivo es no sólo estudiar los usos de Internet, sino también las prácticas sociales en línea y de qué manera estas prácticas son significativas para la gente” (Mason, 1999 en Ardèvol, Bertrán, Callén y Pérez, 2003, p. 73). De esta manera, adoptar este tipo de método para abordar lo social en el ciberespacio, es una tarea que sólo puede lograrse entendiendo el contexto que implica la red, porque según Ardèvol y Vayreda (2002), en la etnografía virtual los dispositivos se vuelven mediadores que tienen injerencia en las prácticas, en las formas y en los usuarios. Es posible entonces mencionar el papel primordial que tienen las herramientas tecnológicas para lograr un análisis más completo y bien encaminado de los fenómenos sociales abordados en las investigaciones que utilicen este método. Las herramientas tecnológicas

colaboran a lograr un análisis completo y bien encaminado hacia los objetivos de investigación, deben estar relacionado ampliamente con las formas y hábitos de uso de los sujetos y ciberespacios a estudiarse.

Así, la etnografía virtual se enfoca en interacciones dentro de espacios digitales que permiten un mejor acercamiento al objeto de estudio en su ecosistema natural, mediante una red social situada en el ciber espacio. Y es que, tal como aprecian Ruíz Méndez y Aguirre Aguilar (2015), en la etnografía virtual, “la participación continua del investigador, en los escenarios virtuales donde se desarrollan las prácticas, permite el análisis de dinámicas, negociaciones, transacciones, contemplando esa dualidad entre lo real y lo virtual” (p. 78). El uso de *Facebook* –como ya se ha mencionado–, se hace de características que lo colocan como una oportunidad de múltiples interacciones, de constantes y variables informativas, instantaneidad, de fugacidades e incluso de adopción de identidad y/o elementos culturales propios de los entornos digitales o relacionados a ellos (ver apartados 1.1 y 1.3).

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, 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. De este modo, se realizan interacciones en espacios digitales que permitan un mejor acercamiento al objeto de estudio en su ecosistema natural, en este caso el trabajo mediante una red social, donde la introducción personal en el contexto de internet es necesario para la investigación.

Christine Hine (2004) entiende 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” (p. 57). 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 dispositivos necesarios para poder realizar el trabajo etnográfico virtual que ayude a entender el comportamiento de los rasgos identitarios y de prácticas –en *Facebook* en nuestro caso–, como un grupo en interacciones constantes y con características significativas de representación cultural en sus consumos culturales. A la par, Mosquera Villegas (2008) comprende que es importante entender que la etnografía virtual tiene una función que “puede ser parcialmente concebida como una respuesta adaptativa y plenamente comprometida con las relaciones y conexiones, y no tanto con la localización” (p. 543). Por ello, se considera que este método es adecuado para la investigación que aquí se realiza.

Ardèvol y Gómez (2012) entienden que el mundo virtual tiene un impacto profundo en diversos aspectos de la vida social, por lo que aseveran que “cualquier objeto de estudio de las ciencias sociales pasa por Internet y que son muy pocos los campos de estudio que escapan a la red, ya que esta permea prácticamente todos los ámbitos de la vida social, personal y colectiva” (p. 197). Y es que el objeto de estudio de cada investigación es una oportunidad, una ventana a nuevas formas de conocimiento y a la vez de nuevas formas de acceder a ese conocimiento, si se ve a lo tecnológico desde un aspecto social de influencia en el usuario, entonces el objeto de estudio es una hibridación tecno social que:

Va más allá del texto y más allá de una mirada exclusivamente sociológica o psicosocial centrada en el sujeto o en el discurso textual. La etnografía virtual es entonces una oportunidad para transformar reflexivamente el propio método y replantear los supuestos teóricos y epistemológicos que sustentan nuestra relación con lo técnico (Ardèvol, Bertrán, Callén y Pérez, 2003, p. 89).

La etnografía virtual ha ido creciendo como forma de investigación, pero también crece en su construcción teórico epistemológica, gracias a que el mismo conocimiento así lo exige. No es posible quedarse anclado en una sola opción metodológica –como la etnografía tradicional–, porque el acercamiento a la realidad propicia ramas de conocimiento que hay que ir siguiendo y detallando poco a poco. Entonces, la etnografía virtual permite un acercamiento más adecuado al ciberespacio. También logra que el investigador recurra a nuevas formas de entender y expresar un mundo virtual que es, de alguna manera, un reflejo del mundo real, pero a la vez, una dimensión donde es fácil desorientarse por el cúmulo de información, identidades, multimedios y demás elementos que es posible hallar en la web y que son compartidos y transformados a grandes velocidades y en diversas direcciones.

Así, la evolución de la etnografía ha llevado a entender que desde esta nueva óptica –la de la etnografía virtual–, se tiene que ver más allá de lo que ocurre en el ciberespacio; y esto requiere entender las vinculaciones de las dos dimensiones: la realidad cotidiana y lo virtual. Esto se debe a que son dos entes concomitantes y en constante interconexión compleja; por lo que cuando pareciera que se ha logrado entender una parte de un fenómeno social; el otro lado del mismo, su efecto de reflejo en el espejo –en esa dimensión virtual–, es algo que se describe e interpreta de forma diferente. Por esto es importante también agregar que el puente entre el mundo físico y el virtual debe estar evidentemente bien delimitado, ya que como afirman Ardèvol, Bertrán, Callén y Pérez (2003):

A la hora de pensar en formas creativas y funcionales de metodologías de investigación en estos nuevos contextos, debemos pensar en positivo a partir de las posibilidades que se nos ofrecen para evitar los discursos totalmente carenciales del medio que nos hagan caer en el error de hacer adaptaciones directas de las metodologías offline (p. 90).

Finalmente, es posible afirmar que la etnografía virtual abre posibilidades para entender nuevos contextos socioculturales, en donde los individuos

establecen nuevas formas de relacionarse, de expresarse, de comunicarse. Hoy en día, la vida social está estrechamente vinculada con la tecnología y, por lo tanto, con dimensiones virtuales a donde se traslada la acción social. Por ello, esta metodología es una oportunidad para que la generación de conocimiento no quede fuera de foco o rezagada; sino que lleguemos por nuevos caminos, a entender mejor las manifestaciones emergentes de la sociedad. El hecho de buscar por medio de nuevos acercamientos metodológicos las explicaciones de fenómenos de la vida social, seguramente otorga la oportunidad de entender mejor al ser humano como un ente cambiante y poco predecible.

De esta manera, en el siguiente apartado se detalla cómo es que se ha aplicado la etnografía virtual en la presente investigación, de forma que se explican las técnicas y los instrumentos que se han usado para el acercamiento con el objeto de estudio y la manera en que se hacen los análisis posteriores con los resultados obtenidos.

#### **4.4 Descripción del objeto de estudio**

Esta investigación centra su atención en entender cómo la identidad de usuarios en *Facebook*, en este caso administradores de páginas con contenidos locales de Chiapas, construye la afiliación de seguidores a sus respectivas páginas, esto, considerando que los contenidos son propios para el consumo e identificación de los seguidores y vinculación con su mundo físico. A su vez, este estudio permite entender cómo las afiliaciones socioculturales logran generar una comunidad virtual chiapaneca dentro de *Facebook*. De esta manera, elementos como la identidad, la comunidad virtual y el consumo están presentes en todo momento. Con ello, es importante reiterar que estos elementos permiten configurar la propuesta la región que aquí se hace, la cual está enfocada en un espacio virtual y permite entender nuevos modos de interacción y manifestaciones socioculturales acorde a las situaciones y posibilidades que se presentan día a

---

día. Así, el trabajo de aplicación metodológica basa su atención en la observación y seguimiento de algunas páginas de *Facebook* elegidas con criterios específicos; y observadas y seguidas durante un determinado periodo. Dichas páginas –una síntesis de su forma y contenido–, son presentadas a continuación:

### **Páginas analizadas**

- **Cosas de Chiapanecos.** Esta página publica diferentes posts diariamente. La mayoría de ellos son compartidos de otras páginas de *Facebook* y se relacionan generalmente con temas como: clima, noticias locales, nacionales e internacionales (deportes, social, política, cultural), publicaciones de otras páginas, eventos, memes, videos. La página tiene como información de la misma, la leyenda: “*Vení a reírte un rato de mis babosadas!*”. Pareciera que recibe pago por publicidad de eventos y negocios (ver figura 7).

Vínculo de la página: [www.facebook.com/CosasdeChiapanecos](http://www.facebook.com/CosasdeChiapanecos).

- **Arriba el Cotz.** Esta página maneja diferentes contenidos muy propios de Comitán, Chiapas y lugares cercanos. Por momentos, se asemeja a una sección de sociales de un periódico, pero llevada a la red y explotando recursos audiovisuales y digitales. Tipo de contenidos publicados: noticias locales (deporte, social, política, cultural), servicio social (donaciones, Alerta ámber,) eventos públicos y privados (Feria de la ciudad), memes, videos propios con diversas temáticas, publicidad de negocios locales. La información de la página: “*Chenteate de que sos Comiteco*”. Al parecer, esta página recibe pago por publicidad de eventos y negocios (ver figura 8).

Vínculo de la página: [www.facebook.com/Arribaelcotz](http://www.facebook.com/Arribaelcotz).

- **Memés del Chito.** Esta *fanpage* es para diversión. La mayoría de sus contenidos son publicaciones cómicas (memes en gran porcentaje). Muchos de ellos son editados por el administrador, ya que le añade el nombre de la página o el logotipo de la misma. Las temáticas de los contenidos son relacionadas a acontecimientos locales, nacionales e internacionales (deportes, social, política, cultural), memes, videos, elementos socioculturales propios de Chiapas y/o vinculados a cuestiones nacionales e internacionales. Su definición en *Facebook* es “*Página no apta para personas sensibles de mente y corazón*”. Se enfoca más en publicaciones de diversión y ocio (ver figura 9).

Vínculo de la página: [www.facebook.com/MemesDelChito](http://www.facebook.com/MemesDelChito).

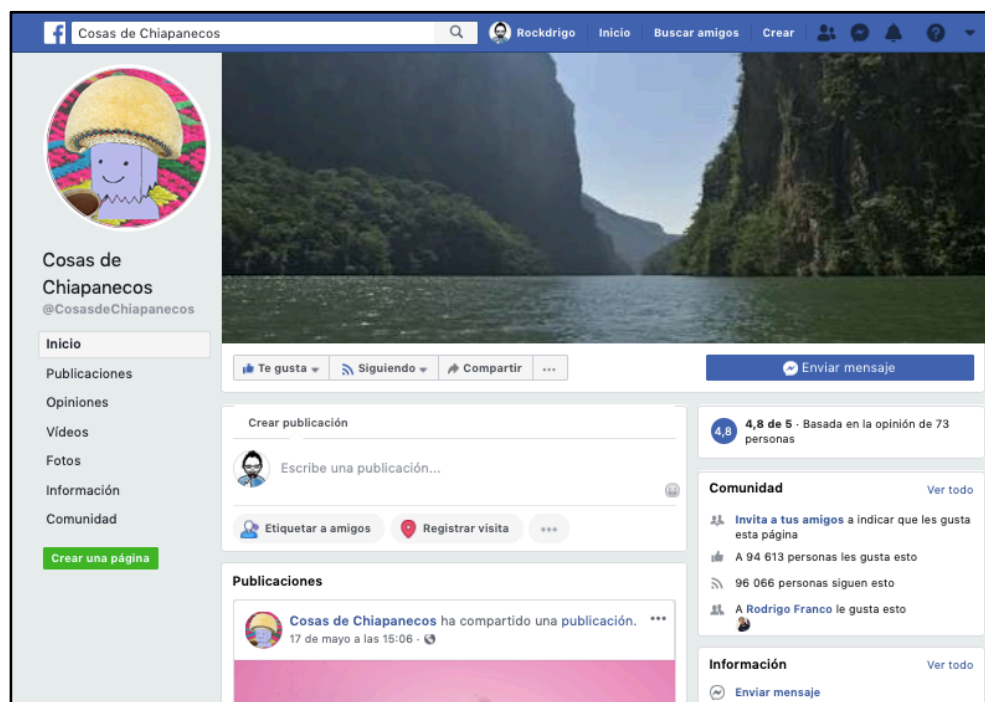
- **Chiapanecote.** La página de *Facebook* Chiapanecote es un proyecto que busca difundir contenidos propios del estado de Chiapas. Generalmente suben pocas publicaciones mensualmente, pero todas están relacionadas con algunos elementos chiapanecos, puede ser el lenguaje, costumbres, signos y símbolos, acontecimientos, etcétera. En su información de *Facebook* ellos comentan que “*El proyecto '@SoyChiapanecote' nace un 15 de Febrero en el año 2012 y desde entonces no ha parado de generar contenido original sobre este bello estado, CHIAPAS*”. Cuentan con una web personal donde tienen información similar sobre lo que son (ver figura 10).

Vínculo de la página: [www.facebook.com/SoyChiapanecote](http://www.facebook.com/SoyChiapanecote).

- **Que pué vos.** Esta página se encarga de compartir publicaciones para la diversión en mayor medida. Pero también se ha dado a la tarea de fungir como un espacio de difusión local que ha llevado a publicar sondeos, publicidad de negocios locales y eventos. Además, generan sketches propios tomando como base elementos locales de Comitán. Se definen como: “*Somos una bola de argüenderos haciendo cosas para ti,*

*fomentando la cultura, las costumbres, tradiciones y humor que nos caracteriza como chiapanecos*”. El tipo de contenidos que suben son: eventos públicos y privados, memes, videos propios con diversas temáticas, generalmente acentuando elementos locales de Comitán, publicidad de negocios locales (ver figura 11).

Vínculo de la página: [www.facebook.com/quepuevos](http://www.facebook.com/quepuevos)



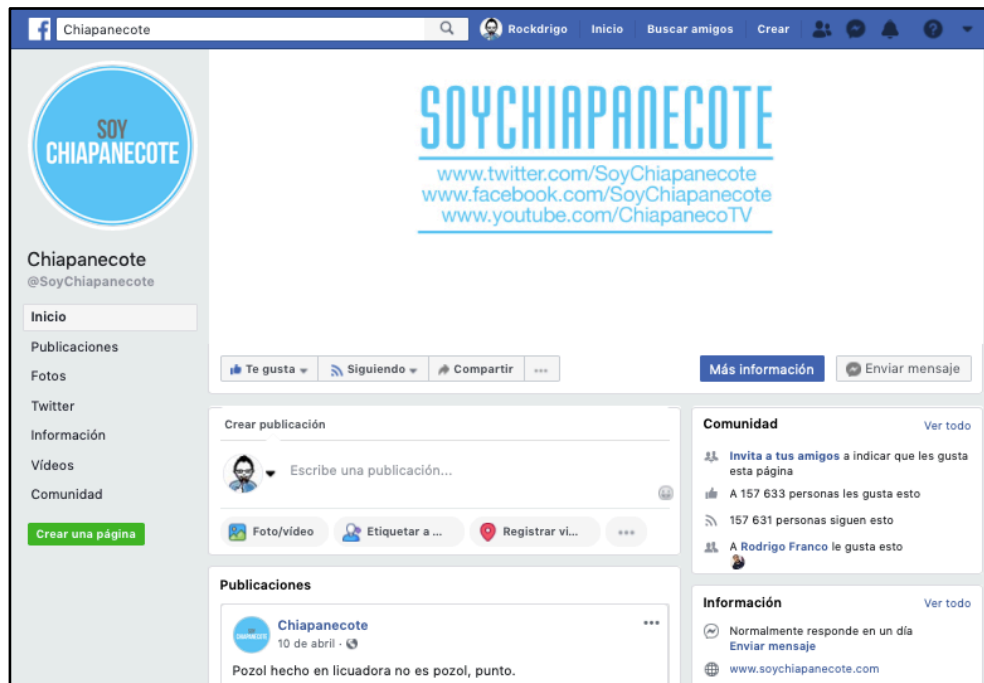
**Figura 7:** Vista de inicio de página Cosas de Chiapanecos. Captura de pantalla tomada de *Facebook*. Mayo de 2019.



**Figura 8:** Vista de inicio de página Arriba el Cotz. Captura de pantalla tomada de *Facebook*. Mayo de 2019.



**Figura 9:** Vista de inicio de página Memes del Chito. Captura de pantalla tomada de *Facebook*. Mayo de 2019.



**Figura 10:** Vista de inicio de página Chiapanecote. Captura de pantalla tomada de Facebook. Mayo de 2019.



**Figura 11:** Vista de inicio de página Que qué vos. Captura de pantalla tomada de Facebook. Mayo de 2019.



---

**Criterios de pertenencia.** Se han seleccionado para el estudio, páginas con un número por arriba de los 15 000 seguidores. Todas pertenecientes al estado de Chiapas y que manejan dentro de sus contenidos elementos propios del mismo estado, relacionados a la cultura, sociedad, política, lenguaje, territorio, eventos y más. Suelen publicar constantemente y van generando contenidos propios.

**Periodo de estudio.** El periodo de tiempo para recabar información a través de la técnica de observación fue de un año. Comenzó en enero de 2018 y continuó hasta enero de 2019. Dentro de ese periodo, se realizó registro de publicaciones. Posteriormente, y dentro del mismo periodo de tiempo, se hicieron entrevistas a los administradores de dichas páginas para poder obtener información más directa y general de las mismas. A su vez, como parte del proceso de observación y complementación de lo que obtuvo, se hizo la selección de sujetos a quienes se le realizaron entrevistas individuales y después de una segmentación, también se les aplicó entrevistas grupales. Ambos tipos de entrevistas fueron de octubre a diciembre de 2018.

#### **4.5 Técnicas y recursos**

Vamos ahora a exponer la forma en que se hizo la recolección de información, ya que, al hablar de la aplicación metodológica desde un enfoque cualitativo, es necesario utilizar técnicas o herramientas que permitan el acercamiento a la realidad, así como un entendimiento adecuado del objeto de estudio.

Para ello, la recolección de información se realizó a través de dos de las técnicas tradicionales de la etnografía, pero nuevamente haciendo su acondicionamiento al mundo virtual: la observación en dos formas –participante y flotante–, y por otro lado, las entrevistas personales y grupales, que han sido denominadas como chats, pero que mantienen la esencia de la técnica

---

tradicional. Ambas técnicas son detalladas a continuación junto con los dispositivos que ha ocupado cada una.

#### **4.5.1 El proceso de observación**

El proceso de observación como parte de la etnografía, requiere la atención de investigador a diferentes elementos que se encuentran en y alrededor de su objeto de estudio. Para ello, es necesario tener claro los elementos a analizar, pero no dejar de lado la atención a múltiples factores que pueden suscitarse al momento de estar observando.

De acuerdo con Simón Izcara (2014), la observación es la técnica de recopilación de información que “permite conducir la investigación sin que exista una conciencia explícita por parte de los grupos sociales investigados” (p. 37). Además, este mismo autor considera que la observación permite el acercamiento a fenómenos sociales de forma directa, sin que existan interferencias. A su vez, puede servir como una especie de diagnóstico para revisar y redireccionar el rumbo de la investigación tanto sea necesario. Por su parte, Balcázar *et al* (2013), mencionan que la observación sirve para comprobar ciertas percepciones y para sugerir temas que puedan ser tratados en las entrevistas. Al respecto, Álvarez-Gayou (2003) considera que, en un inicio, la observación se torna meramente descriptiva, pero “conforme el investigador se familiarice más con el grupo, empezará a ser capaz de detectar, con mayor fineza, patrones o acciones que le permitirán focalizar su observación” (p. 107).

Izcara (2014) también menciona algunas características de la observación, entre estas, que permite que los datos sucedan con total espontaneidad, así como requiere una estancia prolongada de tiempo de permanencia del investigador. También, recaba comportamientos y únicamente permite vislumbrar aquellos fenómenos que son directamente observables. De igual forma, Álvarez-Gayou (2003) afirma que la observación con fines científicos es sistemática y propositiva, y pese a que también considera que la observación científica no implica obtener

---

solamente datos visuales, sino que también actúan todos los demás sentidos; en el caso de la aplicación en este trabajo que echa mano de la etnografía en espacios virtuales, la observación es la técnica por excelencia y se limita a lo visual netamente, ya que todo debe seguirse a través de una pantalla de ordenador u otro dispositivo móvil. Por ello, el hecho de recurrir a la observación como una técnica precisa para este trabajo, es labor forzosa. De esta forma, el proceso de observación para este estudio se ha dividido en dos tipos: la observación participante y la observación flotante. Ambos tipos de observación contemplan las características de esta técnica y funcionan de manera complementaria, sobre todo pensados como una técnica aplicable a los espacios virtuales.

#### *4.5.1.1 Observación participante*

Como parte del proceso de observación, se ha hecho una observación de tipo participante. Ésta implicó un acercamiento al objeto de estudio de manera más directa, ubicando aspectos significativos que deben irse registrando y siendo parte de esos mismos elementos que interesan a la investigación, dado que, tal como afirman Ardèvol y Gómez (2012), “el método de la observación participante, que invita, precisamente, no solo a observar desde fuera de un sistema cultural dado, sino a sentirlo desde dentro, participando en él, socializándose el investigador en el entorno cultural que desea comprender” (p. 199). Y es que, el ser parte de las acciones y flujos de información dentro de las páginas de *Facebook* estudiadas, ha permitido aportar interacción a los espacios, haciendo likes o comentarios tanto a las publicaciones como a otros comentarios de personas que han participado.

Además, por la observación participante, también se han logrado detectar a participantes más activos, el tipo de comentario que hace y cómo se dan las interacciones entre los mismos. Esas observaciones han sido registradas en el diario de campo. Si bien, dentro de esta parte del proceso, no hubo mucha

participación con otros usuarios, se logró conocer de mejor manera cómo son las interacciones que permiten mayor interacción entre los mismos.

#### 4.5.1.2 Observación flotante

Al aplicar la técnica de observación flotante, se busca tener un acercamiento con el objeto de estudio, pero sin enfocarse únicamente y exclusivamente en elementos directos del mismo. Así, es necesario dejar abierta la posibilidad de encontrar diferentes situaciones espontáneas o emergentes como parte del mismo proceso de observación, las cuales permiten abrir mayormente el panorama de oportunidades para continuar observando, así como lograr dar mejores alcances generales de lo que ocurre dentro del espacio observado. Por ello, Nadruz (2009) precisa que:

La observación flotante consiste en estar bajo toda circunstancia vacante y disponible, no enfocar la atención en un objeto preciso, sino dejarla flotar para que no haya filtro, que no haya a priori, hasta que aparezcan algunos puntos de referencia y de convergencia en los que uno llegue a encontrar ciertas reglas subyacentes (p. 08).

Con este tipo de observación, se logran dos fines: ver alrededor del objeto de estudio para conocer más a profundidad el contexto donde se desarrolla y por otro lado, ubicar elementos que parecieran fuera de dicho contexto pero que pudieran tener implicaciones específicas. Y es que, tal como ya se ha mencionado, ambas formas de observación se complementan y suman al momento de aportar diversos elementos hallados dentro de *Facebook*. Pero no hay que olvidar que la labor del investigador es fundamental al momento del acercamiento como observador, ya que uno es parte del contexto en donde se está trabajando y recabando información, además, se busca descubrir y capturar de elementos funcionales acordes al objeto de estudio:

El proceso de socialización del etnógrafo en las realidades observadas según sus premisas; la construcción, por parte del investigador, de una identidad de participación, mediante su experiencia individual y social de desarrollar relaciones de participación e interacción activa en la negociación de significado con el resto de participantes desde la perspectiva de la afiliación a la comunidad virtual, le permitiría acceder a la inteligibilidad social otorgada al contexto y a la práctica que en éste se desarrolla, y realizar así una interpretación densa (Garrido, 2003, p. 06-07).

Para esta parte de la aplicación metodológica, los recursos utilizados para el registro de las observaciones han sido dos, los cuales tienen diferentes funciones:

- Un diario de campo, en el cual se han ido registrando diferentes observaciones a modo de narración, destacando elementos importantes tanto del objeto de estudio como de las situaciones que se han dado a través de la aplicación de la etnografía virtual. El registro se ha hecho a través de proceso de textos y se tiene el respaldo del documento.
- Cuadros de registro de publicaciones. Estos sirven para colocar el registro de capturas de pantalla de publicaciones de las páginas y un espacio para las anotaciones de observación de dichas publicaciones. Estos se han diseñado pensando en la estructura de las publicaciones (ver cuadro 4).

<b>Página de dónde proviene:</b> nombre de la página	
<i>Imagen</i>	
<b>Observaciones generales</b>	
<i>Descripción general de las observaciones</i>	
<b>Codificación:</b>	<b>Categorías:</b>
<i>Códigos obtenidos</i>	<i>Categorías finales</i>

**Cuadro 4:** Análisis de capturas de pantalla. Elaboración propia con base a necesidades de registro de capturas de pantalla y observaciones realizadas de las publicaciones.

Así, esta parte del proceso sirvió para ir identificando elementos característicos de las páginas observadas, centrando la atención en las publicaciones (temáticas, total de interacciones de los seguidores, tipo de comentarios y demás observaciones). El registro de la aplicación de esta técnica se ha realizado en los cuadros mencionados anteriormente. Por consiguiente, se da paso a la siguiente técnica que complementa lo hallado a través de la observación y que funge como las fases dos y tres del proceso de aplicación metodológica, esto es, las entrevistas tanto individuales (a administradores de las páginas y seguidores) como las grupales.

#### ***4.5.2 Entrevistas: chats indagatorios individuales***

Las entrevistas han desarrollado un papel importante para la otra parte de la aplicación metodológica. Si bien, la entrevista es una técnica que permite un acercamiento más personal, tiene también peculiares aspectos que son necesarios considerar al momento de acercarse con las personas que se seleccionan para participar. Simón Izcara (2014) menciona que “en la entrevista no existe una secuencia lógica de preguntas. Además, el entrevistado juega un papel activo en la determinación del ritmo y dirección de la interacción verbal” (p. 135). Además, contempla que el entrevistador debe de guiar las preguntas sin un camino marcado, solamente orientado, el cual ayuda a no encausar la información obtenida pero tampoco salirse estrepitosamente de lo que interesa.

Sumado a esto, Álvarez-Gayou (2003) asevera que “en la investigación cualitativa, la entrevista busca entender el mundo desde la perspectiva del entrevistado, y desmenuzar los significados de sus experiencias” (p. 109). Por lo que todo lo que el usuario pueda decir respecto a su contexto y cotidianidad es relevante siempre, sin olvidar la ruta metodológica y los objetivos que conducen la investigación en ciernes. Además, Izcara (2014) también enlista una serie de características de las entrevistas para entender mejor su funcionamiento, entre estas destaca que en la entrevista las respuestas son impredecibles, el

---

intercambio no debe tener una duración o longitud establecida y debe llevar un ritmo y secuencia adecuados para incitar a la participación fluida. Además, es necesario destacar que el valor que la entrevista pueda tener, depende en gran medida de la riqueza informativa contenida en la misma a través de la adecuada formulación de cuestionamientos.

Balcázar, *et al*, (2013) hacen énfasis en la importancia de que el entrevistador debe tener una actitud y formalidad en su trato, tratando de mostrarse un tanto ignorante del tema, pero consciente de poder establecer patrones adecuados para la eficaz obtención de información. Se trata de acceder a los significados que el entrevistado puede brindar y no tratar de inducir forzosamente esos significados que pudieran interesar.

De esa forma, la idea de hacer entrevistas, pero siguiendo las exigencias de la etnografía virtual, permite que la información se recabe a través del mismo *Facebook*, pero utilizando el *Messenger* para cuidar la privacidad e individualidad con los entrevistados, buscando indagar a manera de charla, los temas de interés en los objetivos de la investigación. Además, haciendo una mejor adaptación del medio, un acercamiento más idóneo con los entrevistados y una vinculación de más confianza al momento de brindar información, se ha optado por realizar entrevistas que se han denominado en este trabajo –y a manera personal–, como “chats indagatorios”, por su intención de buscar con ellos información adecuada para la investigación y que son adaptados acorde las necesidades de este estudio. Estas se han hecho de dos formas y con dos tipos de usuarios. Por lo que se ha utilizado un guion de temas a cuestionar, dejando abiertas las posibilidades de preguntas y de respuestas. Así, estos chats han consistido en hacer pláticas con los entrevistados, dejando que la charla fluya libremente aún cuando se siguen ciertas temáticas, pero sin ser directos en las preguntas, únicamente en aquellas que han sido detonadoras de las temáticas que interesan. Esto abre un abanico de respuestas y direcciones.

En primera instancia han sido entrevistas a los administradores de las páginas, quienes han otorgado información que permite entender el contexto identitario de la producción de los contenidos chiapanecos, así como la injerencia

sobre el consumo de dichas publicaciones. De las cinco páginas de las que se realizó observación, únicamente cuatro administradores accedieron a participar como entrevistados. El registro de sus respuestas se ha realizado a través de cuadros hechos en hojas de calculo digitales (ver cuadro 5). El formato se ha hecho dividido en temáticas. Cabe recordar que dichas entrevistas fueron realizadas a través de *WhatsApp* y fueron transcritas a través de *copy/paste*, por lo que se pueden haber errores de ortografía y abreviaciones que fueron hechas por los mismo entrevistados.

<b>Temática de la pregunta</b> Nombre del tema que se registra					
<b>Página</b>	<b>Nombre administrador</b>	<b>Respuesta</b>	<b>Análisis preliminar</b>	<b>Codificación</b>	<b>Categorías</b>
Nombre de la página de FB	Nombre del entrevistado	Fragmentos de entrevista relacionados a la temática	Síntesis sobre lo que se reflexiona acorde a lo dicho por el entrevistado y la temática presentada.	Códigos obtenidos con el análisis	Categorías que surgen de la codificación

**Cuadro 5.** Matriz de registro de entrevistas a administradores de las páginas de *Facebook*. Creación propia basado en las preguntas y objetivos de investigación.

En la siguiente parte de los chats indagatorios, se realizaron charlas con los seguidores de estas páginas, a quienes se les ha solicitado su participación utilizando el *Messenger* de *Facebook* para entrevistas individuales. Estas entrevistas siguieron la misma línea, con temáticas globales que guían la conversación, pero buscando otro tipo de información, esto, pensando más en el consumo informativo y la identidad. Fueron transcritas literalmente utilizando la función *copy/paste*, por lo que también puede haber errores de ortografía y abreviaciones que fueron hechas por los mismo entrevistados. Para el registro de



estas entrevistas, se siguió un formato de cuadro parecido al de las entrevistas con administradores (ver cuadro 6):

<b>Temática de la pregunta</b> Nombre del tema que se registra					
<b>Página</b>	<b>Nombre del usuario</b>	<b>Respuesta</b>	<b>Análisis preliminar/ Reflexión sobre respuesta</b>	<b>Codificación</b>	<b>Categorías</b>
Nombre de la página de FB	Nombre de usuario del entrevistado	Fragmentos de entrevista relacionados a la temática en cuestión	Síntesis sobre lo que se reflexiona acorde a lo dicho por el entrevistado y la temática presentada.	Códigos obtenidos con el análisis	Categorías que surgen de la codificación

**Cuadro 6.** Matriz de registro de entrevistas individuales a seguidores de las páginas de *Facebook*. Creación propia basado en las preguntas y objetivos de investigación.

Ambos tipos de entrevistas individuales fueron guiadas conforme a planteamientos relacionados al objeto de estudio y a la parte de la observación de las páginas. La información recabada funciona como un complemento y comparativo con los resultados del análisis de las publicaciones. La forma en que se dieron estos dos tipos de chats individuales está narrada en el apartado 4.6.

#### **4.5.3 Entrevistas: chats indagatorios grupales**

Con los chats grupales, el objetivo ha sido poder obtener respuestas complementarias y que puedan contrastarse. Aquí existe la disyuntiva entre el tipo de técnica, ya que muchas veces suele haber confusión o combinación entre las entrevistas grupales, los grupos de discusión y los grupos focales. Para este trabajo, es necesario salirse de toda tipología para evitar conflictos de orden

---

clasificadorio, por lo que la estructuración de la misma se ha hecho acorde a las necesidades del objeto de estudio y temáticas por abordar; sin embargo, es importante aclarar qué son y cómo funcionan estos tipos de entrevistas, para poder clarificar cómo se construyen las entrevistas que son utilizadas aquí.

Sobre las entrevistas grupales, Segovia (2014), aunque un tanto obvia la apreciación, explica que “se denomina entrevista colectiva a aquella conversación que se le realiza con un grupo de personas” (p. 215). Además, Amezcua (2013), afirma que estas entrevistas “se producen cuando los investigadores reúnen grupos de personas para que hablen sobre sus vidas y experiencias en el curso de discusiones abiertas y libremente fluyentes” (p. 46). Lo que permite que haya una charla amena y fluida sobre diversos temas y con diferentes propósitos. Al trabajar con colectividades, Amezcua (2013), menciona que es posible entender a un grupo de estudio como “un marco para captar las representaciones ideológicas, los valores o el imaginario dominantes en un determinado estrato, clase o sociedad global” (p. 113). Por ello, también agrega que, en este tipo de entrevista, “se trata de reproducir el discurso ideológico cotidiano: creencias y expectativas, deseos, resistencias y temores conscientes e inconscientes, etc.” (Amezcua, 2013, p. 113).

Por otra parte, están los grupos de discusión, que pueden verse como una forma de entrevista grupal. De acuerdo con Balcázar, *et al*, (2013), un grupo de discusión tiene representaciones de carácter colectivo, ya que con la diversidad de respuestas se generan respuestas grupales y negociadas, donde hay una especie de apoyo y compartición de opiniones o retroalimentaciones.

Izcara (2014) menciona que un grupo de discusión debe ser un grupo que tiene que presentar espacios de identificación colectiva –homogeneidad educacional, ocupacional, de edad, etcétera–. Además, no hay ni un antes ni un después del grupo de discusión, por lo que es deseable que los integrantes del grupo no se conozcan. Por otro lado, Álvarez-Gayou (2003), contempla que en las entrevistas grupales se busca la opinión personal, mientras que en los grupos se quiere una colaboración y dinámica autónoma del grupo. Así, estos dos

elementos se consideran importantes dadas las características del tipo de chat hecho.

Por ello, la aplicación de esta técnica grupal, es una adecuación que tiene características propias y que ha seguido la dinámica de temas guías, dejando que las mismas respuestas vayan propiciando cuestionamientos nuevos y que puedan propiciar las réplicas y/o contribuciones a respuestas establecidas por otros.

Katayama (2014) destaca la importancia del moderador y de entablar una charla amena, con tolerancia y respeto. Además, menciona que la utilidad de los grupos focales radica en que estos permiten:

1. Comprender la estructura de las motivaciones de las personas.
2. Describir minuciosamente y en su propio lenguaje las acciones y toma de decisiones de las personas.
3. Generar ideas, obtener impresiones o generar un nivel profundo de reflexión.
4. Interpretar y explicar los resultados cuantitativos que se obtuvieron con anterioridad. En este caso, complementa los hallazgos de la investigación cuantitativa (p. 85).

Entonces, siguiendo la forma de trabajo con los chats indagatorios, se utiliza un formato de cuadro de registro, donde han transcrito fragmentos de respuestas que están relacionados a las temáticas definidas (ver cuadro 7). También se colocaron a través de *copy/paste*, por lo que pueden haber errores ortográficos o palabras incompletas como parte de la misma redacción de los usuarios.

<b>Temática de la pregunta</b> Nombre del tema que se registra				
<b>Nombre del usuario</b>	<b>Respuesta</b>	<b>Reflexión sobre respuesta / Reflexión sobre respuesta</b>	<b>Codificación</b>	<b>Categorías</b>
Nombre de usuario del entrevistado	Fragmentos de entrevista relacionados a la temática en cuestión	Síntesis sobre lo que se reflexiona acorde a lo dicho por el entrevistado y la temática presentada.	Códigos obtenidos con el análisis	Categorías que surgen de la codificación

**Cuadro 7.** Matriz de registro de entrevistas grupales de seguidores seleccionados de las páginas de *Facebook*. Creación propia basado en las preguntas y objetivos de investigación.

Por consiguiente, esta técnica grupal, ayuda a desarrollar una charla amena con los participantes y permite aunar más en temas que había quedado quizá un tanto escuetos en las entrevistas individuales y a la vez, entablar un diálogo grupal donde las personas pueden intercambiar puntos de vista y complementar y/o contrastar ideas. Así, en el siguiente apartado se narra cómo ha sido la obtención de hallazgos.

#### **4.6. Proceso de recolección de información**

Es importante señalar que para el estudio en general, se creó un perfil de *Facebook* particular enfocado a seguir a las páginas del estudio para la recolección de información y posteriormente hacer el contacto con los usuarios a entrevistar. No se utilizaron fotos personales, ni información descriptiva del perfil para no involucrarse de manera tan personal, pero al tener el respaldo del oficio por parte del programa de estudio, se podía manejar de mejor forma la labor de contacto y convencimiento.

En esta cuenta se siguieron las páginas estudiadas y desde ahí se realizaron los chats indagatorios. Para el caso de los administradores, fueron los únicos con quienes se tuvo un nivel de acercamiento mayor, al hacer las entrevistas mediante *WhatsApp*, que utiliza el número celular particular, mientras que con los seguidores todo fue a través del *Messenger*. Se optó por seguir esta forma de trabajo un tanto anónima, para evitar conflictos o malas interpretaciones que puede causar contactar a alguien desde un perfil personal, aunque a su vez, esto también pudo ser una barrera al momento de solicitar apoyo con las entrevistas.

El proceso de recolección de información en este trabajo ha tenido tres etapas. Cada una ha servido para lograr diferentes acercamientos al objeto de estudio y cubriendo ciertas necesidades informativas y temáticas. Además de ser complementarias, también han sido consecuentes como en el caso de los chats grupales, donde parte de las temáticas abordadas, además de considerar los objetivos de la investigación, surgen a consecuencia de las respuestas recibidas en los chats individuales con los mismos usuarios. Por ello, las fases son las siguientes:

- La primera es la observación y registro mediante capturas de pantallas de las publicaciones con elementos relacionados al objeto de estudio. Se aplicaron los dos tipos de observación ya mencionados.
- La segunda fase implicó el trabajo con los administradores de las páginas, a quienes se le hicieron entrevistas. Primeramente, se les contactó a través del *Messenger* de *Facebook* y posteriormente, a petición de los mismo y siguiendo la línea del trabajo etnográfico virtual, se completaron a través de la aplicación *WhatsApp*.
- La tercera fase fueron las entrevistas con seguidores seleccionados de las páginas. En una primera instancia fueron individuales y después, se hizo la selección con quienes hubo una mejor interacción y disposición de respuestas, para realizar entrevistas grupales.

#### **4.6.1 Elementos visuales**

Los elementos visuales observados están basados en las características y estructuras de las páginas de *Facebook* consideradas para la investigación, así

---

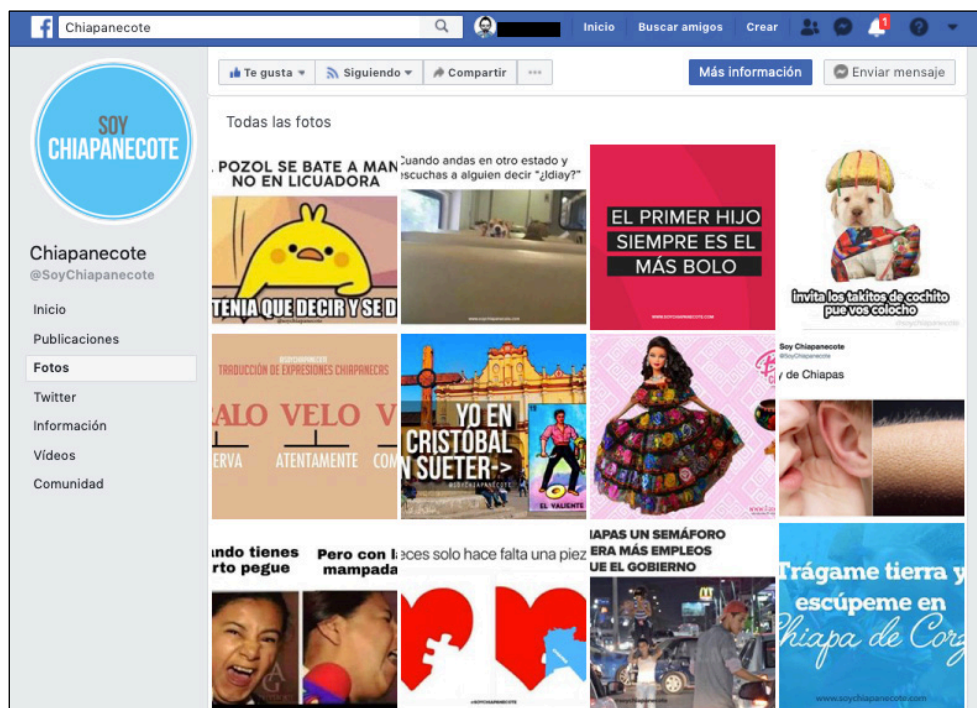
como de los contenidos que manejan a través de las publicaciones de estos. Tanto las características de las páginas, como las publicaciones, han dado diferente tipo de información que contribuye al trabajo de alguna u otra forma.

El hecho de haber tenido dos tipos de observación también es una manera complementaria de la observación y ha dado lugar a entender este entorno como algo complejo y de mucho análisis. El proceso de observación en este trabajo ha consistido en el seguimiento personal de las páginas a analizar haciendo el registro a través de capturas de pantalla. Dicho registro posteriormente fue categorizado acorde a las temáticas abordadas por dichas páginas y además, relacionadas al objeto de estudio para una mejor selección y análisis. Éstas son vaciadas en los cuadros de análisis ya explicitados (ver cuadros 6 y 7).

El seguimiento se realizó diariamente durante más de un año. Sin embargo, la selección y registro se hicieron de manera sistemática. Las capturas de pantalla han sido únicamente de la interfaz de las publicaciones –con comentarios y reacciones–, que estaban relacionadas a las preguntas y objetivos de investigación, esto considerando conceptos clave y temáticas específicas del trabajo (ver figuras 12 y 13). En la fase de registro a través de capturas de pantallas, se guardaron los archivos en formato de imagen digital, divididos en carpetas acorde a cada página. Se obtuvo un promedio de 50 capturas de pantalla por cada página, de diferentes fechas y en diferentes horarios. Posteriormente para el análisis, se realizó la división de las mismas en temas. Así, se hizo una pre selección que dejaba alrededor de 6 publicaciones por cada tema obtenido y la selección final que cerró en 3 o 4 publicaciones por cada tema asignado (ver apartado 4.7). Además, se ha hecho una revisión general mediante la observación flotante donde se han registrado en un diario de campo los elementos que permiten conocer y entender de forma general las temáticas, la forma cómo se desarrollan la producción y participación con los contenidos chiapanecos, así como las características y modos de acción de cada una de las páginas. Se pudo encontrar también la personalidad y forma de las páginas con elementos como la estructuración de su presentación –foto de perfil, foto de portada, descripción, número de seguidores y otros elementos–.



**Figura 12:** Vista principal de página Memes del Chito. Tomada el 24 de mayo de 2019.



**Figura 13:** Registro de fotos de página Chiapanecote. Tomada el 24 de mayo de 2019.

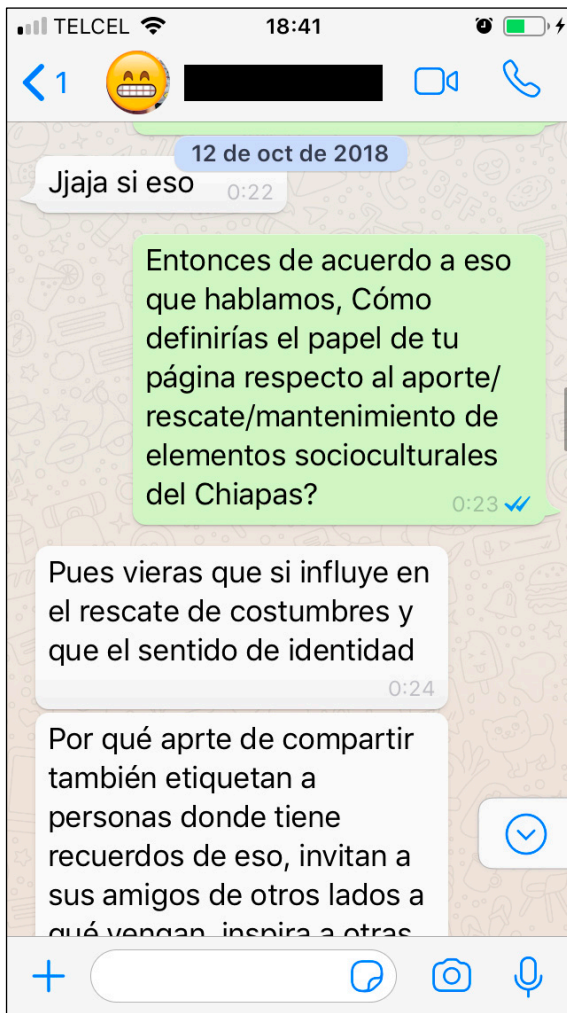
#### 4.6.2 Elementos discursivos

Los elementos discursivos fueron obtenidos a través del acercamiento con los administradores y seguidores de manera cordial. El tipo de técnica se convirtió en un reto al ser aplicada en un espacio virtual, donde no hay un contacto directo y el grado de confianza con el entrevistado disminuye en ambas partes.

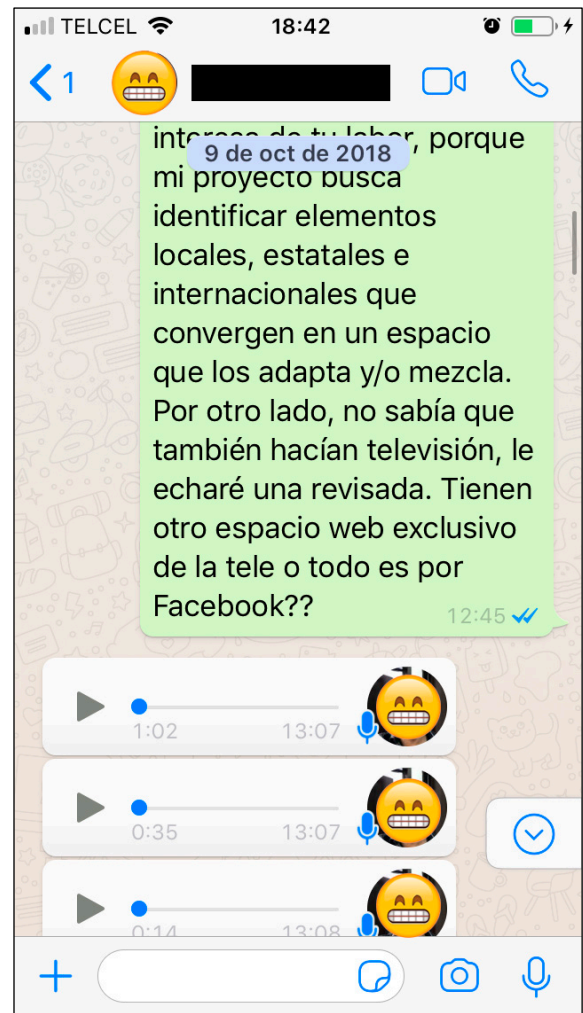
Es sumamente importante señalar que, por cuestiones de privacidad y confidencialidad de los entrevistados, se han omitido sus nombres –propios y de usuarios– y se han designado a través de una codificación basada en el rol de cada uno: rol + número + página de la que proviene. Ejemplo: *Admon4QPV*, para administradores entrevistados y *Seguidor1CosasC*, para los seguidores. Por lo que dichos códigos de identificación aparecerán para señalar el origen de los fragmentos de entrevistas presentados en el capítulo de análisis, tanto de los chats individuales como de los grupales.

Para el caso de los chats indagatorios, el primer acercamiento con los administradores se dio mediante el *Messenger* de *Facebook*, donde se explicaron las razones del contacto y se detalló en qué consistía el trabajo. Posteriormente, a solicitud de los mismos administradores, los *chates* fueron trasladados se a la aplicación *WhatsApp*, ya que ellos mismo mencionaron que para entablar conversaciones, les resultaba más práctico utilizar dicha herramienta (ver figuras 14 y 15). Esto, más que ser un impedimento, logró generar mayor confianza al momento de hablar con ellos, ya que el compartir su número de celular personal es una muestra clara de contribución e interés en el trabajo que se ha realizado, así como podía mantenerse la conversación en diferentes momentos. Además, se logró que las conversaciones fueran hechas en otro tipo de herramienta, donde aprovechando las características de la aplicación, respondieron de forma escrita o por mensaje de voz, pero manteniéndose dentro del plano de la etnografía virtual.





**Figura 14:** Chat con administrador de página. Captura de pantalla de chat con Administrador de página Qué pué vos, tomada el 24 de mayo de 2019.



**Figura 15:** Chat con administrador de página. Captura de pantalla de chat con Administrador de página Arriba el Cotz, tomada el 24 de mayo de 2019.

Para el primer acercamiento con los administradores, fue necesario, además de una explicación a detalle de la actividad, utilizar un oficio de la coordinación del programa de doctorado, que avalaba la confianza y solicitud de entrevista, para poder generar mayor confianza con ellos. De las 5 páginas observadas, 4 fueron los administradores que accedieron a colaborar con el trabajo. Así, las charlas se hicieron de manera personal durante octubre y noviembre de 2018. Las temáticas abordadas fueron adaptándose en las charlas acorde a lo que los

---

administradores podían ir narrando, sin embargo, se definieron 6 tópicos a tratar libremente pero que orientar al chat:

- Generalidades de la página.
- Sobre el uso de *Facebook*.
- Elementos de identidad chiapaneca.
- Acerca de sus contenidos.
- Sobre los seguidores.
- Comentarios extra.

Para las entrevistas con los seguidores de las páginas, fue necesario hacer primeramente una selección de los entrevistados, la cual se hizo tomando como criterio su participación a través de comentarios en publicaciones previamente seleccionadas –aquellas que se seleccionaron en el proceso de observación–, y conforme a los objetivos de la investigación. El tipo de comentarios tenía que ser algo más abundante a la interacción que una simple mención, risas escritas o expresiones monosilábicas.

De igual forma, para el primer acercamiento con los seguidores, fue necesario explicarles a detalle la actividad y en caso de que necesitar un respaldo, se utilizó el oficio de la coordinación del programa de doctorado para también poder generar mayor confianza con ellos. Realmente fue sólo un par de personas que lo pidieron. De cada página se contactó a un promedio de 40 seguidores, de los cuales fueron entre 5 y 6 que respondieron el llamado y de estos, 3 o 4 continuaron adecuadamente la charla (véase figura 16). Las entrevistas se realizaron de enero a marzo de 2019. Para estas, también se definieron 6 tópicos que también fueron abordados en desorden y libremente:

- Sobre el interés en la página y contenidos
- Sobre elementos socioculturales chiapaneco
- Elementos identitarios de Chiapas
- Identificación chiapaneca de ellos mismos
- Interacción con otros seguidores
- Comentarios extra

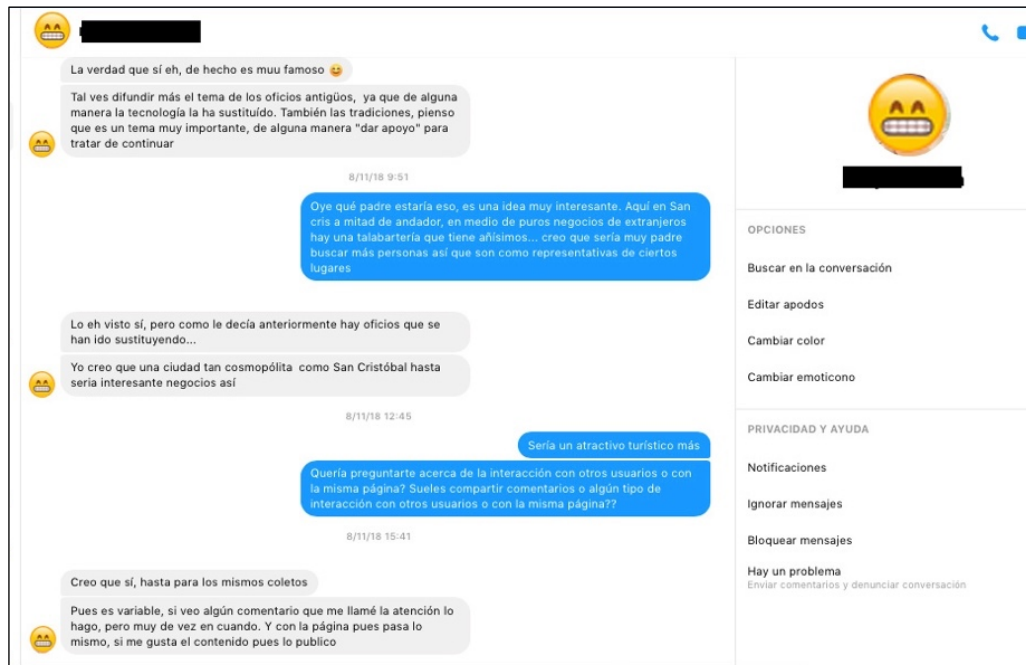
Los chats indagatorios grupales siguieron la misma dinámica de preguntas abiertas, pero las temáticas estuvieron más enfocadas a los códigos obtenidos con las entrevistas individuales (véase figura 17). La selección de las personas se basó en el tipo de interacción que generaron en las entrevistas grupales, quienes mejor<sup>25</sup> contestaron y estuvieron más disponibles a colaborar. Así se seleccionaron a 5 personas y se realizó durante el mes de marzo de 2019. Los temas que han guiado estos chats grupales son:

- El interés de temas y consumo,
- La comprensión e identificación con los contenidos sobre su identidad chiapaneca.
- Acerca de ser parte de una comunidad chiapaneca.
- Sobre la vinculación de su mundo físico con el virtual.

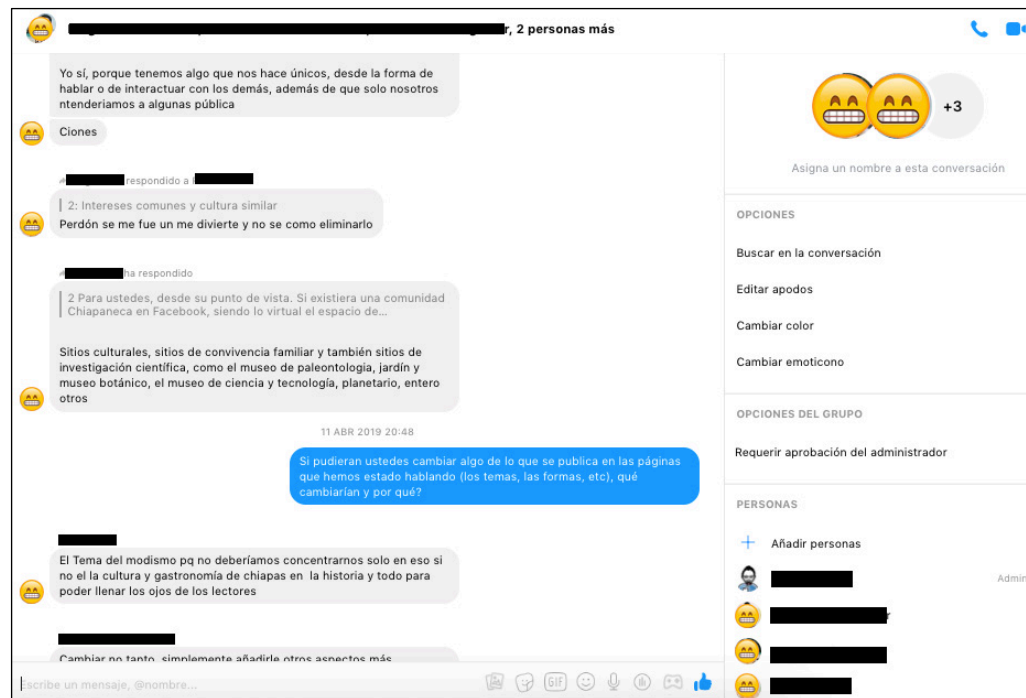
De esta forma, en el capítulo 5 de este escrito, se describen los hallazgos a detalle y los análisis de la aplicación de estas técnicas dentro del trabajo; para ello, en el siguiente apartado se explica cómo ha sido el proceso de desmenuzamiento de toda la información obtenida, esto es, la forma en se dieron los primeros análisis, cómo se ha realizado la triangulación de la información, cómo se generaron la codificación y posterior categorización con base a las observaciones y respuestas obtenidas.

---

<sup>25</sup> Con esto se hace referencia a un mayor grado de interés en sus respuestas, actitud frente a la actividad y cantidad de información que otorgaban.



**Figura 16:** Chat indagatorio individual. Captura de pantalla tomada el 24 de mayo de 2019.



**Figura 17:** Chat indagatorio grupal. Tomada el 24 de mayo de 2019.

#### 4.7 Proceso de análisis de información

Para el proceso de análisis de hallazgos, y tal como la etnografía virtual lo establece, se optó por definir pasos y elementos a considerar acorde a las necesidades del estudio. Es necesario señalar que el análisis es una tarea compleja, metódica y ordenada que ayuda a procesar la gran cantidad de información que puede reunirse tras aplicar las técnicas de investigación.

Así, en el proceso de análisis Álvarez-Gayou (2003) considera que el investigador funge como un detective, ya que “deben identificarse opiniones, sentimientos o ideas que se repiten, aunque se expresen con palabras o con estilos diferentes” (p. 187). Además, es necesario encontrar elementos convergentes no sólo entre ellos, sino siempre ligados a las preguntas y objetivos de investigación que son la columna vertebral de todo el trabajo y que mantienen unidos y con lógica la aplicación de técnicas y los posteriores análisis. Esto, puede lograrse, como menciona Katayama (2014), “buscando patrones categoriales que posibiliten la emergencia de conclusiones sobre los significados que expresan los datos, las palabras, los textos, los gráficos y dibujos” (p. 106).

Para ello, en el caso del análisis de la información recabada en esta investigación, se han seguido las propuestas de proceso de análisis tomando como referencia a Izcara Palacios (2014), Balcázar, *et al*, (2013) y Álvarez-Gayou (2003), por lo que el proceso utilizado, ha sido una adaptación y fusión a las propias necesidades e intereses, el cual consiste:

1. Acercamiento, observación y registro –a través de las 3 fases ya mencionadas–.
2. Selección de información.
3. Triangulación de información
4. Análisis preliminares
5. Codificación y categorización
6. Análisis e interpretaciones
7. Representaciones gráficas/visuales
8. Resultados/Conclusiones

---

Por consiguiente, una vez hecha la selección de las publicaciones y entrevistas a analizar, es necesario explicar las siguientes fases del proceso de análisis.

#### **4.7.1 Exploración: Análisis preliminares**

Es importante hablar de los análisis preliminares como una forma de sintetizar brevemente algunas observaciones y reflexiones de lo que se va encontrando al momento de aplicar las técnicas, para posteriormente comparar el grado de respuesta y patrones de convergencia con los conceptos del apartado teórico y hacer una triangulación. El hecho de hacerlo es una decisión de carácter metodológico, ya que forma parte de un proceso de exploración y descripción, lo que ha favorecido el ordenamiento lo que se va a observar mediante estas primeras indagaciones. Además, es una práctica que está presente durante toda la investigación –y que ayuda a diferenciarse con lo cuantitativo que va paso a paso de manera sistemática–, aunque parezca no hacerse de forma estricta y metódica debe ser pensada y registrada, además, contrario al análisis cuantitativo, las primeras observaciones se logran desde el primer contacto con el objeto de estudio, tal como lo consideran Schettini y Cortazzo (2015), cuando mencionan que:

el análisis está presente en toda la investigación, ya que la búsqueda de información está interactuando con la realidad y conceptualizando la información; está presente cuando tomamos notas de campo, en sus paréntesis, opiniones, juicios, reflexiones, interpretaciones, en articulación con otras fracciones de discurso, en las notas del observador y en sus comentarios (p. 17).

Para concretar estos análisis, se han registrado observaciones en el diario de campo, esto permite tener una puerta de entrada más adecuada al momento de pasar a los análisis más profundos y detallados. Además, permiten saber si la investigación lleva un buen rumbo. En el caso de los análisis de hallazgos a través

---

de la observación se han obtenido, a modo de síntesis, las temáticas en que se clasifican las publicaciones, las cuales son:

- Elementos de identificación
- Comida
- Lenguaje
- Signos/símbolos de Chiapas
- Eventos
- Costumbres
- Prácticas sociales
- Política
- Territorio

Por otro lado, se ha logrado conocer cómo van desarrollándose los contenidos conforme hay situaciones actuales no sólo a nivel local sino internacional; por ende, suelen tomarse eventos o acontecimientos recientes locales y nacionales –generalmente políticas y social–, para crear publicaciones. Esto, como reflejo de las consideraciones sobre lo cultural global y local visto en el apartado de región (véase capítulo 3).

Además, se lograron identificar los tipos de respuestas, comentarios y reacciones que tienen sus publicaciones y definir cuáles son las que tienen mayor impacto. De allí, se vio cuáles son los comentarios que han abundando más a la publicación, así como el gusto por compartir los contenidos mencionando a otros usuarios. A su vez, hay usuarios que emiten opiniones personales sobre lo que ven. Como parte de esto, se detectaron comentarios de seguidores que evidencian una identificación con lo que se publica, lo que nos sirve para reafirmar la idea de que existe un entendimiento e identificación con lo que se publica en las páginas. Mucho de ese interés tiene que ver mayoritariamente con publicaciones sobre ocio y diversión, seguido de elementos culturales y sociales, mientras que cuando hay publicidad de algún negocio local o evento, el interés y reacciones en comentarios es bajo.

En el caso de los tres tipos de chats, los primeros análisis están basados en las interpretaciones de las respuestas o comentarios obtenidos. Si bien, ya se

han definido las temáticas abordadas en cada uno, todas éstas arrojaron información que permitió en un primer acercamiento, cerciorarse de que el rumbo del trabajo era el correcto.

Dentro de los primeros análisis hechos con las entrevistas a los administradores, se ha detectado que ellos crean contenidos con base a su identificación como chiapanecos. Iniciaron su proyecto pensando en un espacio de rescate de 'lo chiapaneco', por lo que utilizan diversos elementos socioculturales del estado para la creación de sus publicaciones. A su vez, entienden que mantener una *fanpage* en *Facebook* es una labor que requiere especialización y dedicación, ya actualmente las páginas son parte de sus prioridades y a la vez destacan la importancia de un espacio virtual como este para las nuevas generaciones. Por otro lado, ven importante la interacción con los usuarios y a la vez.

En el caso de los análisis previos de los chats con los usuarios, individualmente han aportado ideas de comprensión e identificación con los contenidos presentados, eso les genera gusto por seguirlos y estar atentos a los contenidos. Mencionaron no tener demasiada interacción con la página más que haciendo reacciones, pero sí hay gusto por compartir las publicaciones con otros usuarios. En general, los entrevistados otorgaron respuestas cortas pero puntuales, siendo precisos en la respuesta.

Para los chats grupales, se observó una mayor disposición de los seguidores seleccionados para responder, estos ofrecieron respuestas más profundas en cuanto a contenido y forma. Además, al conocer mejor las temáticas a abordar y la forma de trabajo, se extendieron mayormente en sus respuestas. Con las respuestas obtenidas en esta técnica, se buscó reforzar ideas acerca de la identidad chiapaneca, pero también cómo es la conformación colectiva intencional. Los seguidores mencionaron que dentro de este tipo de espacios en *Facebook* –con los cuales están en constante consumo–, pueden hallar representaciones y elementos propios de su estado y es de su agrado. Así, estas ideas básicas y generales dan pie a análisis más detallados en el capítulo 5 de esta investigación.

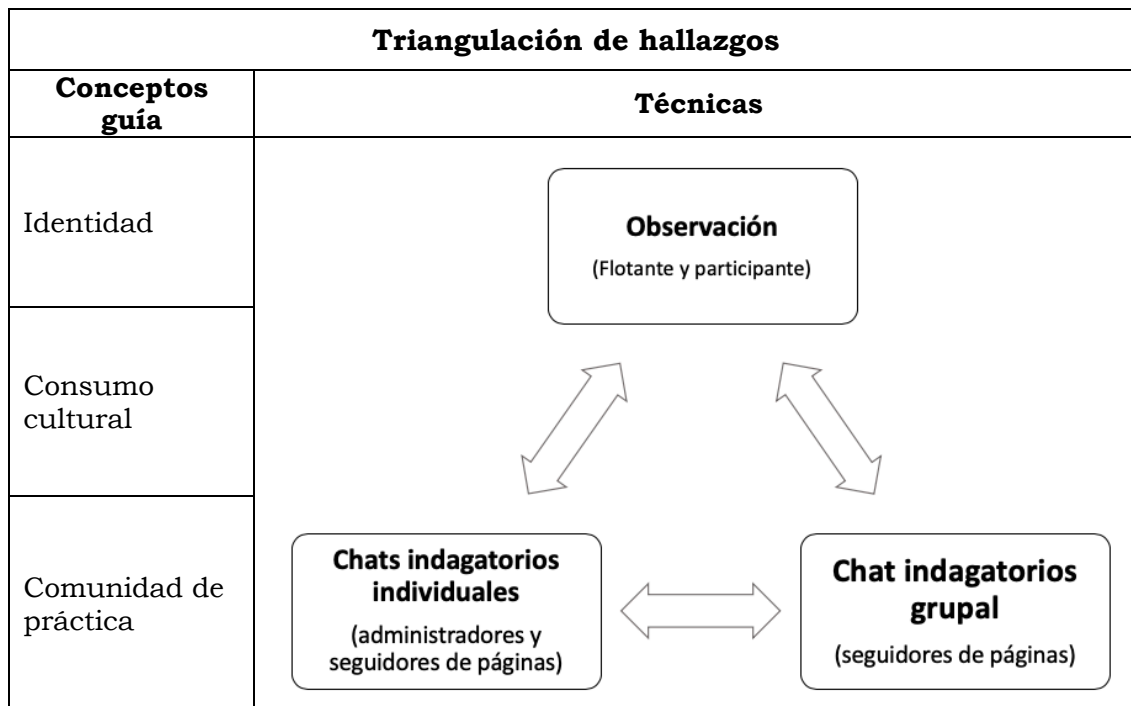


### **4.7.2 Triangulación**

La triangulación es un proceso que pareciera sencillo en primera instancia, sin embargo, hay que tener claro cuáles han sido las técnicas y los instrumentos, lo que se ha obtenido con cada uno, la manera en que se relacionan sus usos y los resultados. En el cuadro 8, se presenta un breve esquema de la forma en que las técnicas tienen un lugar fundamental dentro del ejercicio de triangulación para el análisis. Las tres formas de obtención de la información están ligadas y comparten la generación primero de códigos y posteriores categorías para el análisis. Los conceptos guía de este cuadro no son categorías de análisis como tal, sino los conceptos que han guiado la investigación y que enmarcan los la preguntas y objetivos. De acuerdo con Gibbs (2012) el análisis cualitativo implica dos tipos de actividades que de alguna forma se complementan y permiten crear un panorama más adecuado del objeto de estudio:

en primer lugar, desarrollar un conocimiento de las clases de datos que es posible examinar y del modo en que se pueden describir y explicar y, en segundo lugar, una cierta cantidad de actividades prácticas que sirvan de ayuda en el manejo del tipo de datos y las grandes cantidades de ellos que es necesario examinar (p. 21).

Es importante mencionar que, al seguir un método y un orden, se genera información que busca ser la más confiable y real posible. Sin embargo, eso no quita que se dieron situaciones donde la información obtenida no abona en nada al trabajo. En el caso de la observación se han omitido publicaciones que no son del interés de este trabajo para el análisis, pero se consideran parte de la misma aplicación del método; o bien, por otro lado, cabe la posibilidad de que lo que el entrevistado pueda decir no sea del todo verdad o que haya sido tomado de manera errónea, por lo que se omitieron comentarios que no abonaban a la investigación por estar fuera de lugar. Así, tras seguir una propuesta de trabajo, se llegó a la obtención de códigos, los cuales nos permitieron condensar la información para posteriormente agruparlos en la categorización.



**Cuadro 8:** Triangulación de hallazgos. Creación propia a partir de conceptos clave y técnicas de la investigación.

### 4.7.3 Codificación y categorización

Para poder codificar la gran cantidad de información que se recaba en un trabajo de investigación es necesario seguir ciertos patrones de referencia. Si bien, se tenían ya algunos conceptos clave de la investigación, estos no determinan las categorías finales, solamente ayudan a ubicarlas y reestructurar ideas. Es importante mencionar que, en concordancia con Gibbs (2012), los datos cualitativos “están esencialmente cargados de significado, pero, aparte de eso, muestran una gran diversidad. No incluyen recuentos y las medidas, pero sí casi cualquier forma de comunicación –escrita, en audio o visual–, o comportamientos humanos, símbolos o artefactos culturales” (p. 20).

Por ello, el mismo Graham Gibbs (2012) menciona que el proceso de codificación es el modo en que “se define de qué tratan los datos que se están

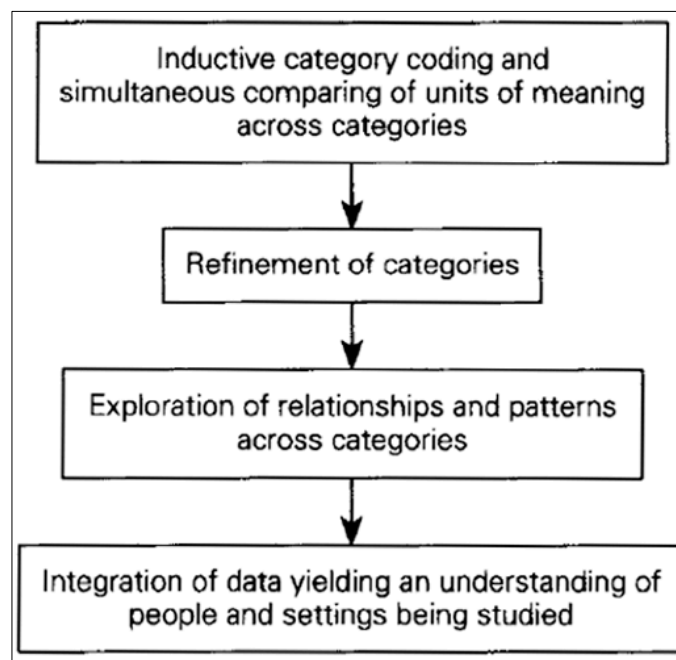
---

analizando. Implica identificar y registrar uno o más pasajes de texto u otros datos como parte de cuadros que, en cierto sentido, ejemplifican la misma idea teórica o descriptiva” (p. 63). La información recabada permite abrir un abanico de temáticas y categorías que llevan a entender un objeto de estudio, sin embargo, hay que tener el cuidado de no ampliar demasiado el margen de conocimiento porque puede resultar un sinfín de información que podría no ser procesada adecuadamente.

Para codificar, es necesario tener claro cuál es la información con la que se está trabajando, ya que como lo expresa Gibbs (2012), “la codificación en el análisis cualitativo es una manera de organizar o gestionar los datos. Todos los datos originales se conservan. Los códigos –y sus documentos analíticos asociados–, les añaden interpretación y teoría” (p. 22). Por ello, en el caso de las publicaciones, los códigos obtenidos están basados en la interpretación de las imágenes y textos que se presentan, así como del entorno en que se han desarrollado. A su vez, el registro de otros elementos, como el número de reacciones y comentarios, permiten abundar más al análisis del impacto e interés que pudo tener la publicación en cuestión. También, se han definido los extractos de entrevista que abonan información y que presentan un mejor análisis. Por ello, de los 3 tipos de chats se rescataron fragmentos que permiten entender ideas del entrevistado y a la vez, obtener códigos que ayuden a la investigación.

Así, para la codificación de los hallazgos de este trabajo de investigación, se toman como referencia –pero acondicionados a este estudio–, las etapas de Gibbs (2012, basado en Strauss y Corbin, 1991) y las de Maykut y Morehouse (1994) (véase figura 7), quienes recomiendan un ordenamiento en las acciones a seguir y hacer pasos que llevan a una definición de códigos adecuada. Para esquematizarlas, se han creado un cuadro de vaciado donde se tienen los parámetros más definidos, siguiendo los siguientes pasos:

1. **Parámetros de referencia** (Codificación abierta) en la que se lee el texto de manera reflexiva para identificar categorías pertinentes y se sintetiza (véase cuadro 9).
2. **Códigos preliminares** (Codificación axial), en la que las categorías se precisan, se desarrollan y se relacionan o interconectan (véase cuadro 9) con testimonios específicos a modo de ejemplo (ver cuadro 10).
3. **Códigos específicos** (Codificación selectiva) en la que la “categoría nuclear” o central que une todas las demás en la teoría, forma una historia que se identifica y relaciona con otras categorías (véase cuadro 11).
4. **Categorización.** Definición de categorizas estructuradas, que son contrastadas con las preguntas y objetivos de investigación y basada en planos de análisis (véase cuadro 12).



**Figura 18:** Método comparativo constante de análisis de datos. Tomado de Maykut y Morehouse (1994, p. 124) y utilizado como referente para la definición de etapas de este trabajo.

De modo que, posterior a la primer selección y definición de códigos (ver cuadro 9), así como del comparativo con los hallazgos (ver cuadro 10), se pasó a tener códigos específicos que permitieran ir dilucidando de mejor forma cómo

quedarían las categorías de análisis (ver cuadro 11), por lo que se tuvieron que fusionar algunas y renombrar otras, todos con sus respectivas nomenclaturas que ayudaron a tener una mejor distinción de cada uno. Así, en síntesis, para lograr una codificación adecuada, el proceso fue desarrollando lo general de las temáticas guía en entrevistas y clasificación de capturas de pantalla (ver cuadros 4, 5, 6 y 7), a lo particular, centrándose en códigos preliminares y específicos para finalmente, obtener las categorías de análisis. Además, ha sido necesario mantener la nomenclatura de cada código –tanto preliminares como específicos, que permitieran la diferenciación y mejor ordenamiento en el proceso– y de cada categoría. Cada uno de estos, fue asignado a los diferentes hallazgos para su vaciado en los cuadros de registro y en el cuadro de categorización (ver cuadro 12).

Parámetros de referencia	Nomenclatura	Códigos preliminares	Síntesis
Elementos sociales vinculados a la formación de una comunidad virtual	PracAcS	Prácticas / Acciones sociales	Señalización de prácticas y elementos que son equiparables a una comunidad de práctica, entendiendo su constitución como colectivo con elementos socioculturales comunes y que fungen como región de estudio.
	PolSoc	Político social	
	SocCh	Sociedad chiapaneca	
	ImgEst	Imagen/estereotipo	
	CrTr	Creencias / Tradiciones	
	ViCot	Vida cotidiana	
	RISoc	Relaciones e interacciones sociales	
	ContTrab	Contenidos trabajados	
Acerca de elementos de identidad de los chiapanecos	IdCh	Identidad chiapaneca	Elementos hallados en la aplicación metodológica que permiten entender cómo se manifiesta la identidad chiapaneca
	IcR	Identificación con referentes	
	SomSCh	Símbolos / Signos chiapanecos	
	PTT	Paisaje /Territorio /Turismo	
	EiCult	Elementos culturales	
	ULng	Usos Lingüísticos	
	IdContLoc	Contenidos locales	
Sobre los contenidos, el interés y tipo de consumo	CmCon	Comprensión del contenido	El consumo cultural de contenidos chiapanecos a través de <i>Facebook</i> : objetivos y formas
	SCCh	Significados comunes chiapanecos	
	HED	Humor / Entretenimiento / Diversión	
	EspInf	Espacio de información	
	ResCult	Rescate cultural	
	IntPub	Interés público	
	ContLoc	Contenidos locales	
Otros	Cmd	Comida	Elementos que también han sido expuestos por los seguidores y que los vinculan con Chiapas
	VECh	Vínculo Emocional con Chiapas	<i>Facebook</i> como herramienta de vinculación emocional e identitaria chiapaneca

**Cuadro 9:** Primera etapa del proceso de codificación. Creación propia para ordenamiento de códigos.

Parámetros de referencia	Nomenclatura	Códigos preliminares	Ejemplos de testimonios
Elementos sociales vinculados a la formación de una comunidad virtual	RISoc	Relaciones e interacciones sociales	<b>Seguidor9Chi</b> a veces simplemente doy like o me divierte, si algo me parece muy gracioso etiqueté a mi novio o comento la publicación, pocas veces he interactuado con otros comentarios, pero lo que si he hecho es darles like si lo que contestan es gracioso o aportan información para entender el meme para los que no son de aquí y no se pierda el comentario.
	PracAcS	Prácticas / Acciones sociales	<b>Seguidor14QPV</b> es variable, si veo algún comentario que me llamé la atención lo hago, pero muy de vez en cuando. Y con la página pues pasa lo mismo, si me gusta el contenido pues lo publico
Acerca de elementos de identidad de los chiapanecos	IcR	Identificación con referentes	<b>Seguidor15QPV</b> (Sobre Facebook) Siii claro que lo es creo que nos sirve de mucho solo para neños o chisme jajaj - Pues dime identifico con varias publicaciones por los lugares que conosco o cosas que se son tradición de ahí 😊
	EICult	Elementos culturales	<b>Seguidor17Memes</b> (Sobre el chiapaneco) Se le puede identificar por el habla, si usa regionalismos propios de Chiapas, y a veces por el tono o el acento que tenga A veces también se le podría identificar por ciertos rasgos faciales si es de zonas indígenas, o por la vestimenta. Más que nada sería el modo de hablar, si usa regionalismos chiapanecos
	ULng	Usos lingüísticos	
Sobre los contenidos, el interés y tipo de consumo	SCCh	Significados comunes chiapanecos	<b>Seguidor1CosasC</b> la mayor de la identidad Chiapaneca y su diversidad se encuentra en su vocabulario único, así como sus diferentes acentos. Cosas que solo pueden transmitirse oralmente. Sin embargo, gracias a las redes sociales es posible plasmarlas por escrito.
	ContLoc	Contenidos locales	<b>Seguidor5CosasC</b> ¡A veces suben contenidos de municipios que yo no conozco y pues me quedo con la curiosidad de saber que quieren proyectar incluso pues veo los comentarios para tener mas o menos una idea de lo que están hablando! Pues no, sólo algunas veces las he compartido por face pero por whats no.

**Cuadro 10:** Cuadro de ejemplos de testimonios con la codificación. Creación propia para ordenamiento de códigos y hallazgos.

<b>Parámetros de referencia</b>	<b>Nomenclatura</b>	<b>Códigos Específicos</b>	<b>Síntesis de los códigos</b>
Elementos sociales vinculados a la formación de una comunidad virtual	PracAcSoc	Prácticas / Acciones sociales	Prácticas e identidad chiapaneca en <i>Facebook</i> : una comunidad de práctica virtual
	RelSoc	Relaciones e interacciones Sociales	
	PolSoc	Político social	
	SocCh	Sociedad chiapaneca	
	ImgEst	Imagen/estereotipo	
	CrTr	Creencias / Tradiciones	
Acerca de elementos de identidad de los chiapanecos	IdCh	Identidad chiapaneca	Manifestaciones identitarias en <i>Facebook</i>
	IdcR	Identificación con referentes	
	SSCh	Símbolos / Signos chiapanecos	
	ElCult	Elementos culturales	
	PTT	Paisaje /Territorio /Turismo	
	Ulng	Usos Lingüísticos	
	IdContLoc	Contenidos locales	
Sobre los contenidos, el interés y tipo de consumo	ComCont	Comprensión del contenido	El consumo cultural de contenidos chiapanecos a través de <i>Facebook</i>
	SCCh	Significados comunes chiapanecos	
	HED	Humor / Entretenimiento / Diversión	
	ResCult	Rescate cultural	
	ContLoc	Contenidos locales	
	EspInfo	Espacio de información	
	RefVicCot	Reflejo de vida cotidiana	
	IntPub	Interés público	
Otros	VECh	Vinculación emocional con Chiapas	<i>Facebook</i> como herramienta de vinculación emocional e identitaria chiapaneca

**Cuadro 11:** Segunda etapa del proceso de codificación. Creación propia para reordenamiento de códigos.



Finalmente, se sintetizaron y agruparon los códigos específicos para ser nuevamente renombrados de manera más analítica, lo que propició tener un panorama más claro y específico de las categorías de análisis que se definen y con las cuales se trabajaron finalmente los análisis completos de este trabajo, tal como aprecian Maykut y Morehouse (1994)<sup>26</sup>:

Como cada nueva unidad de significado es seleccionada para el análisis, se compara con todas las demás unidades de significado y posteriormente se agrupa (categoriza y codifica) con unidades de significado similares. Si no hay unidades de significado similares, se forma una nueva categoría. En este proceso hay espacio para el refinamiento continuo; las categorías iniciales se cambian, fusionan u omiten; se generan nuevas categorías; y se pueden descubrir nuevas relaciones (p. 123).

<b>Planos del análisis</b>	<b>Nomenclatura</b>	<b>Códigos específicos</b>	<b>Nomenclatura</b>	<b>Categorías</b>
Comunidad virtual	AtrCS	Atributos de la comunidad social	PCibRegFunCh	Particularidades de la ciber-región funcional chiapaneca
	AtrCPV	Atributos de la comunidad virtual		
	IntFisVir	Interacciones físicas-virtuales		
	AtrComPr	Atributos de la comunidad práctica		
Elementos identitarios	AS	Afiliaciones simbólicas	MIdChFB	Manifestaciones de la identidad chiapaneca en <i>Facebook</i>
	AT	Afiliaciones territoriales		
	AL	Afiliaciones lingüísticas		
Contenidos y tipos de consumo (publicaciones)	CTPFB	Contenidos temáticos de las páginas de <i>Facebook</i>	VinContCsm	Vínculos entre contenidos y consumos
	CEPFB	Contenidos estructurales de las páginas de <i>Facebook</i>		
	TTPC	Tendencias/preferencias en el consumo		
	SigCsm	Significaciones en los consumos		

**Cuadro 12:** Tercera etapa del proceso de codificación y definición de categorías. Creación propia para la definición de categorías de análisis.

<sup>26</sup> Traducción personal

De esta forma, las categorías definidas se componen de los códigos específicos que contribuirán a crear análisis más profundos y generales. La categoría sobre las **particularidades de la ciber-región funcional chiapaneca (PCibRegFunCh)**, atiende a la necesidad de regionalización del programa de doctorado, para lo cual, se basa en el análisis en los atributos de la comunidad social, de la comunidad virtual y la comunidad de práctica virtual, así como de las interacciones físicas-virtuales de los usuarios de *Facebook*. Una vez definidas las categorías de análisis, considerados incluir una breve reflexión crítica sobre ciertas limitaciones que se presentaron durante el trabajo metodológico.

La categoría **Manifestaciones de la identidad chiapaneca en Facebook (MIdChFB)** está relacionada a cómo se presentan dentro de *Facebook*, a través de publicación y de las apreciaciones de los usuarios, diferentes tipos de afiliaciones que representan elementos identitarios chiapanecos. Entre las que se destacan las Afiliaciones simbólicas –apegos a elementos simbólicos, intangibles o símbolos–, las afiliaciones territoriales –vinculación con un espacio geográfico–, y las afiliaciones lingüísticas –vinculaciones con modismos, palabras o frases propias de Chiapas o cercanías–.

Finalmente, la categoría denominada **Vínculos entre contenidos y consumos (VinContCsm)**. Esta categoría atiende a la estructura y taxonomía de las publicaciones, tanto de la parte que los produce –administradores– como de quien los consume –seguidores–. Por ello, las reflexiones se han enfocado hacia cómo son y cuál es la estructura de los contenidos temáticos de las páginas de *Facebook*, cuáles son las tendencias/preferencias en el consumo de dichos contenidos y en las significaciones que pueden llegar a tener.

---

#### 4.8 Consideraciones sobre la aplicación metodológica en el trabajo

Trabajar con un método que es reciente en cuanto su mayor uso y perfeccionamiento –pero no nuevo de origen–, se vuelve una tarea de exploración constante y de diversas situaciones que requieren perfeccionarse para el trabajo futuro. Así, se hace un repaso por algunas precisiones que ha tenido el abordaje de la investigación desde la etnografía virtual, elementos que pueden servir para futuras investigaciones, así como situaciones que permitan entender de mejor manera cómo fue el proceso metodológico (figuras 19 y 20).

Mi experiencia como investigador en el ámbito de la etnografía virtual ha permitido no iniciar de ceros, ya que en mi trabajo de tesis de maestría “El uso periodístico de *Twitter*: Identidad, Discurso y Consumo Cultural”, también eché mano del método para acercarme a otra red social en internet como lo es *Twitter*. Sin embargo, las características de cada una de las redes son diferentes al igual que los objetivos de cada investigación, por lo que este trabajo doctoral, es una labor nueva y un perfeccionamiento que permite entender de manera más completa el uso de la etnografía virtual. Además, la exigencia de este nivel de estudio, ha requerido mayor profundización analítica y reflexiva. Así, como investigador, se trata de adaptar de la forma en que el estudio requiera mejores alcances epistemológicos y conceptuales, pero siguiendo las especificaciones académicas y temporales de este programa de estudios.

Como investigador, es importante considerar que, al entrar a un entorno virtual, pese a que desde el uso personal pareciera ser fácil y simple la navegación y el llegar a los contenidos y demás elementos que se buscan para la investigación, es necesario ser ortodoxo y profesional en el acercamiento a través de la metodología. No hay que pensar que la etnografía virtual es un día a día, ya que, como todo método, requiere pautas y vías de acción específicas, así como la necesaria disciplina metodológica.

Dentro del proceso, como investigador es normal ir cambiando la forma en que se aplican las técnicas de investigación y el contacto con los otros usuarios. Es importante la simplificación de acercamiento al objeto de estudio, pero

---

también siguiendo al pide la letra la actividad. Aquí entra en juego un aspecto importante de cómo acercarse y manejar las observaciones y los cuestionamientos. Se forma parte de una comunidad virtual donde se deben compartir referentes y buscar un acercamiento que permitan identificarse como parte de esa comunidad. Finalmente, de acuerdo con LeCompte, *et al.* (1999), el investigador es parte de lo que está investigando y desarrolla un papel no sólo de observador y/o entrevistador: “sin tal identidad, los miembros de la comunidad lo definirían como irrelevante, un cualquiera, un fantasma o peor aún como espía, saboteador, brujo o gente que puede dañar a otros” (p.13). Así, se busca generar un proceso de etnográfico apegado a la característica vivencial, donde se logre pasar de ser un *outsider* a un *insider* (Chanona, 2011), que le permita al investigador pasar de un simple observador, a un participante que se vuelva parte de la comunidad en donde investiga.

En el momento de entrevistar a seguidores de las páginas, es importante tomar en cuenta que el contacto en espacios virtuales se ha vuelto un arma de doble filo, sobre todo cuando lo que se busca es generar confianza con las personas. No es posible crear un acercamiento pleno y libre de primera instancia. Esto es comprensible cuando existen miles de casos en todo el mundo que reflejan acoso, fraudes, robos de identidad y demás situaciones negativas. Por ello, una de las mayores limitaciones al momento de acercarse fue la poca respuesta a colaborar y la posterior duda de continuar el chat. Algunas personas respondieron al primer llamado, pero respondieron una o dos preguntas y después dejaron de interactuar pese a que se les insistió. Esto propició la búsqueda de nuevos entrevistados, por lo que tenían que enviarse más invitaciones a colaborar.

En este aspecto, la generación de confianza fue fundamental para que los sujetos accedieran a participar. Si bien, es normal tener dudas de recibir un mensaje de una persona desconocida, quienes se tomaron tiempo de leer la petición y de tener más explicaciones sobre el estudio, fueron personas que se convencieron de ser partícipes y continuaron el proceso. Generar confianza a

través de los entornos virtuales una delgada línea que debe seguirse con cuidado, sobre todo si se busca que las respuestas sean lo suficientemente completas.

Tener un espacio dentro de *Facebook* que busca impactar, requiere la generación de contenidos constantes. Muchos de estos contenidos tienden a volverse repetitivos y poco creativos, por lo que el impacto y atención que puedan tener no son los suficientemente buenos. A la vez, la temporalidad de los mismos, tanto en la frecuencia de publicación, su pertinencia, como en su vigencia dentro de la red, son cuestiones que siempre hay que tener presentes. Una problemática suscitada relacionada a esto, era que un par de ocasiones al navegar comúnmente en *Facebook* desde una cuenta personal, no se hizo el registro de la publicación y al intentar buscarla con la cuenta especial del estudio ya no se encontraba dicha publicación. Lo más lógico indica que las publicaciones eran eliminadas por alguna circunstancia no especificada y no pudieron recuperarse. Aunque esto tampoco limitó el estudio.

Otra de las dificultades del trabajo a través de medios electrónicos y por las mismas características del tipo de entrevista, que buscaba no interrumpir a los entrevistados, fue el tiempo que los administradores dedicaban a las respuestas. Algunos podían únicamente dar seguimiento hasta altas horas de la noche y algunas veces las conversaciones eran cortadas y/o pausadas. Por ello el tiempo de plática se extendió. Otras veces, interrumpían las preguntas y pasaban días para poder continuarlas.

Además, al igual que sucedió con los administradores, el tiempo de respuesta de seguidores se extendió días para no interrumpirlos o limitar sus respuestas en frases cortas por la falta de dedicación. Aunque también se dieron algunos con casos respuestas muy cerradas o limitadas que no permitieron un mejor análisis y reflexión.

Para el momento de los chats grupales, más que limitado, fue un proceso tardado, ya que después de hacer la selección de los sujetos, se les envió una nueva invitación para colaborar, pero también tomó hasta diez días tener la respuesta de aceptación de todos. Al momento de generar respuestas, fue mayor

la cantidad y de diferentes personas, se tuvo que ser más cuidadoso en tener un hilo conductor de las mismas.

Como todo en proceso de recolección de información, es normal toparse con barreras o dificultades que limitan el accionar metodológico, sin embargo, una gran posibilidad de trabajar en espacios virtuales sociales es la capacidad de buscar nuevos sujetos de manera pronta. Ha sido una tarea entretenida y gratificante navegar por *Facebook*, observar comportamientos e interacciones de forma más disciplinada y poder relaciones de alguna forma con gente que sin importar las barreras, logra tener un vínculo con aspectos socio culturales conocidos y concretos, los cuales serán profundizados analíticamente en el siguiente capítulo.

#### **4.9 Apreciaciones sobre la metodología**

Se ha hecho preciso hacer una breve revisión de algunas consideraciones de la aplicación metodológica, dado que como ya se ha explicado, es un método que ha ido emergiendo poco a poco y ganado terreno en las ciencias sociales y humanidades. Por ello, se dan algunas apreciaciones que puedan ser consideradas para quien en un futuro busque hacer uso de la etnografía virtual y que puedan servir como orientación y/o sugerencia al momento de investigar los entornos virtuales.

- La observación es la técnica principal en los entornos virtuales. Al estar frente a una pantalla de computadora o cualquier otro dispositivo móvil, la vista es el sentido más importante y con el que es posible ir determinando caminos a seguir en la investigación. Muchísimo de lo que la observación arroja es importante.
- Es fundamental lograr un trabajo de observación constante, tratando de tener un registro preciso y sin interrupciones, ya que muchos espacios virtuales se vuelven efímeros en cuanto a la vigencia de la información que

circula en ellos, por lo el hecho de fijar horarios precisos de observación, si bien, planifica la tarea y le da un orden metodológico, muchas veces puede significar dejar pasar elementos que duran poco tiempo en la red, sobre todo en redes sociales donde la información circula rápidamente.

- Los contenidos en lo virtual son variados, pero es importante identificar referentes y lenguajes comunes. A la vez, no por el hecho de conocerlos, se debe dar por sentado que siempre serán así, ya que otro de los aspectos de lo virtual es la constante evolución y acondicionamiento de muchos de sus componentes e interfaces.
- El acercamiento con los sujetos de estudio en un inicio es complejo, ya que, si desde lo presencial existe siempre la incertidumbre y desconfianza para poder expresar opiniones o dar información un tanto más personal, en el mundo de lo virtual, que acarrea distancia y desconocimiento personal, las cosas pueden tomar rumbos más complejos. Por un lado, las personas no tienen suficiente confianza para poder abrirse completamente o para acceder a dar información, aunque ésta no sea del todo personal. Es lógico, ya que es común la presencia de fraude, acoso y otros ciber delitos al momento de utilizar alguna plataforma virtual o red social. Por otro lado, esa no presencia, permite ser más abierto como entrevistado y poder hablar sin tapujos, sabiendo que un simple bloqueo de cuenta o ignorar a la persona, corta totalmente la comunicación y deja al aire cualquier tipo de entrevista. Por ello, es recomendable contar con algo –un oficio, constancia o carta– que pueda respaldar al investigador al momento de solicitar colaboración de usuarios, sobre todo para entrevistas o alguna otra dinámica que requiera acercamiento con sujetos.
- La selección de sujetos requiere tiempo y dedicación, ya que es alto el porcentaje que ni siquiera lee la petición de apoyo para participar en entrevistas. Muchas reglas de seguridad envían los mensajes de desconocidos a spam o bandejas no deseadas, por lo que es preciso hacer una selección bien definida previamente y ser insistentes en la solicitud de

colaboración, pero sin llegar al hartazgo o acoso, sobre todo si es reducido el número de las personas que puedan apoyar.

- Lo que los sujetos de estudio puedan decir siempre es importante, sin embargo, es interesante hacer una contrastación con lo que se observa que ellos hacen en la red con sus respectivos perfiles –en caso de ser una investigación en redes–, ya que aplicar una combinación de técnicas puede ser una complementación interesante para los hallazgos.
- La etnografía virtual no debe plantearse como una metodología limitada y poco versátil. Una de sus grandes posibilidades es la adecuación necesaria en cuanto a formas y técnicas acorde a las necesidades del objeto de estudio. Por ello, su forma de trabajo debe ser moldeable y capaz de llevar al investigador a diferentes lugares donde encuentra información adecuada para su estudio.

#### **4.10 Recapitulación**

Después de haber revisado las características y apreciaciones que engloban a la etnografía virtual, es importante resaltar que esta metodología requiere de un rigor científico como cualquier otra modalidad de investigación cualitativa. Si bien este tipo de método se ha nutrido de la etnografía tradicional, ha ido poco a poco delimitando sus propias rutas. Esta opción de investigación permite indagar sobre fenómenos de la vida social que se manifiestan en dos dimensiones entrelazadas: la virtualidad y la realidad social cotidiana.

Así, se ha revisado cómo la evolución de la etnografía lleva a entender que desde esta nueva óptica –la de la etnografía virtual– tiene que ver más allá de lo que ocurre en el ciberespacio; y esto requiere entender las vinculaciones de dos dimensiones: la realidad cotidiana y lo virtual. Esto se debe a que son dos entes concomitantes y en constante interconexión compleja; por lo que cuando pareciera se ha logrado entender una parte de un fenómeno social; el otro lado



del mismo, su efecto de reflejo en el espejo –en esa dimensión virtual- es algo que se describe e interpreta de forma diferente. Estas particularidades se expresan en distintas investigaciones que hemos mencionado en nuestra discusión, así como esta misma. Además, es posible afirmar que la etnografía virtual abre posibilidades para entender nuevos contextos socioculturales, en donde los individuos establecen nuevas formas de relacionarse, de expresarse, de comunicarse. Hoy, la vida social está estrechamente vinculada con la tecnología y, por lo tanto, con dimensiones virtuales a donde se traslada la acción social.

Así mismo, se ha explicado cómo fue la aplicación de este método a este trabajo de investigación, como una labor importante, ya que no es sencilla la inmersión con un objetivo académico en los espacios virtuales debido a las constantes transformaciones que estos sufren y el uso a veces tan efímero y/o inconsciente que se hace de los mismos. Tampoco es posible describir las acciones realizadas sin considerar que la conexión y uso de dispositivos es 100% necesaria siempre.

Se determinó también la forma en que fue el acercamiento al objeto de estudio y lo que se obtuvo con las herramientas utilizadas. Esto llevó a codificar y categorizar a través de análisis constantes y tomando en cuenta diversos factores que están siempre presentes en el uso de la tecnología. Por consiguiente, las categorías obtenidas son manifestaciones de la identidad chiapaneca en *Facebook* a través de publicación y de las apreciaciones de los usuarios; los vínculos entre contenidos y consumos, atendiendo a la estructura y taxonomía de las publicaciones; y finalmente delimitación y particularidades de la ciberregión como una necesidad del programa de doctorado.

Una vez definidos estos elementos, los análisis deben enfocarse a contrastar las preguntas de investigación e hilvanar elementos teóricos que han sustentado el trabajo. Por ello en el siguiente capítulo se presentan los análisis completos de este trabajo de investigación.



**Figura 19:** Proceso de trabajo metodológico con computadora personal.



**Figura 20:** Proceso de trabajo metodológico con otros dispositivos.

## **CAPÍTULO 5 – ¿QUÉ DICEN LOS DATOS SOBRE EL OBJETO DE ESTUDIO?**

El análisis se centra en las categorías emergentes principales: las particularidades de la ciber-región; las manifestaciones de la identidad chiapaneca en *Facebook*; y los vínculos entre contenidos y consumos. Cada una de ellas se explica mejor a través de las subcategorías que las estructuran y que permiten comprenderlas de forma más completa. Así, como apoyo a los análisis e interpretaciones, se presentan capturas de pantallas de algunas publicaciones de las páginas, así como fragmentos de testimonios recogidos en las entrevistas individuales y grupales. Por ello, mediante este análisis, se buscan los datos que construyan las respuestas para las preguntas de investigación plasmadas en un inicio, las cuales motivaron esta investigación.

### **5.1 Generalidades de los hallazgos**

A través de la aplicación de las técnicas de investigación, los hallazgos obtenidos son variados en cuanto a cantidad y temáticas de información. A grandes rasgos, es necesario señalar que las categorías que se analizan en este apartado son el

---

conjunto de elementos que se han encontrado a través del seguimiento de páginas; y el acercamiento con los usuarios de *Facebook*, tanto de administradores como de seguidores; por ello, es necesario destacar la importancia de la naturaleza colectiva de la información recabada. A través del proceso de codificación y categorización (véase apartado 4.7.3), se han obtenido las tres categorías generales, todas dicotómicas, ya que el aspecto de la producción y el consumo tiene implicaciones complementarias que ayudan a entender mejor su desarrollo. A la vez, se han establecido subcategorías que permiten comprender de forma más completa y detallada los datos obtenidos.

En esta discusión e interpretación de los datos, consideramos necesario comenzar hablando de la construcción regional, ya que enmarca al estudio y sienta las bases para entender los análisis de las otras categorías. Por ello, en la categoría acerca de las **particularidades de la ciber-región funcional chiapaneca**, nos enfocamos en identificar y explicar los atributos que definen nuestra región de estudio y situarla dentro del mundo virtual. Si bien, se ha discutido parte de esto en el apartado teórico conceptual (ver apartado 3.5), es necesario interpretar nuestros hallazgos apoyándonos en esas afirmaciones, para explicar la constitución de una región funcional virtual a través de la estructuración de una comunidad de práctica.

Además, a través de otra de nuestras categorías, damos cuenta de las **manifestaciones de la identidad chiapaneca en Facebook** considerando a los contenidos temáticos y simbólicos de publicaciones, como elementos que ayudan a crear afiliaciones de quienes siguen las páginas. Así, la vinculación más fuerte es aquella que está relacionada a afiliaciones simbólicas, a afiliaciones territoriales y a las afiliaciones lingüísticas. Aquí cabe resaltar que la afiliación implica una manera de identidad, donde existe un vínculo no solamente físico, también los vínculos emocionales son bastante fuertes e importantes en las personas, sobre todo en aquellos que están fuera del Estado.

En el caso de la categoría denominada **vínculos entre contenidos y consumos**, los datos condensados permiten entender cómo se presentan los contenidos de las publicaciones, qué temáticas son las más recurridas y qué es

lo que motiva su consumo por parte de los seguidores. Hay que tomar en cuenta que el ejercicio de observación ha sido la herramienta destacada para estos resultados; sin embargo, se ha logrado contrastar adecuadamente con las aportaciones de los usuarios, por lo que se refuerza la concepción sobre los gustos e intereses de los seguidores de las páginas y cómo existe la afiliación gracias a esto. Además, es indudable la influencia simbólica e identitaria de los administradores, quienes producen contenidos basados en su identidad y apego cultural al Estado. Esto es reflejo de sus acciones y producciones en su página, lo que implica un foco de atención y de consumo (véase apartado 2.6.2.1). Así, elementos como la identidad, la colectividad, el consumo y las interacciones dentro de *Facebook* son elementos que implican entender esta conformación social.

## **5.2 Particularidades de la ciber-región**

La región de estudio propuesta en este trabajo, está basada en la forma y estructura de los flujos entre administradores y seguidores, quienes en conjunto crean una comunidad virtual de identidades compartidas -individual y colectivamente- expresadas a través de diferentes interacciones, prácticas, creencias, referentes y significaciones sociales. Esto implica un devenir de flujos constantes de información y de interacciones entre los usuarios lo que en conjunto se estructura como una comunidad de práctica virtual. En este trabajo de investigación, se ha discutido con mayor detalle el constructo de región (ver apartado 3.4.1) para configurar una región apropiada a nuestro estudio que busca reconocer la importancia de una configuración regional comunitaria a partir de la práctica y reconocimiento de sus miembros usuarios, así como permitir entender la forma de algunos espacios virtuales pero que, además, mantenga características lógicas de estructuración de las regiones del mundo físico.

Así, respecto de la ciber-región de nuestro estudio –ubicada dentro del ciberespacio–, Scolari (2008) afirma que el ciberespacio implica diferentes elementos propios de lo virtual pero que incluye elementos propios de la vida normal del sujeto, por lo que asevera que:

Este espacio resignificado donde se asientan comunidades virtuales y la distancia se mide en clics, es el lugar donde nacen y evolucionan las nuevas formas de comunicación (...) una trama de procesos de intercambio, producción y consumo simbólico que engloba una gran cantidad de sujetos, medios y lenguajes interconectados tecnológicamente de manera reticular (p. 277).

De esta forma, en los siguientes apartados haremos una interpretación analítica al proceso de construcción regional basado en los hallazgos de la aplicación metodológica; centrando el análisis en los atributos de la comunidad social como una comunidad virtual y una comunidad de práctica; así como en las interacciones de los usuarios de *Facebook*.

### **5.2.1 Atributos de la comunidad social**

Se ha discutido ya cómo es la vida social en lo virtual (ver apartados 1.1 y 2.1); la forma en que se vinculan elementos del espacio físico y del ciberespacio; y sus múltiples manifestaciones a través de las diferentes herramientas que permiten simplificar procesos y/o romper distancias. Pero también es necesario reiterar cómo el mundo virtual tiene su lógica y significaciones en gran parte debido a lo que el sujeto lleva desde su mundo físico. Cada usuario va exponiendo diversas manifestaciones identitarias, experiencias, prácticas, símbolos, signos, intereses y representaciones dentro del mundo virtual –en las comunidades– en los que está inmerso (ver 2.4.2), dotándoles de sentido y de una base social y cultural como reflejo. Así, los usuarios de *Facebook* están conscientes de la diferencia entre lo virtual y lo físico, pero entienden claramente que existe una constante fusión de ambos mundos. Por ello, se ha argumentado (ver apartado 3.2) cómo encuentran en los espacios virtuales una vía para el rescate cultural y de

expresión, donde se manifiestan elementos que son parte de la vida de las personas y que les genera el interés por poder consumir ese tipo de contenidos, tal como lo expresan en el fragmento 1.

**Seguidor14QPV**

*La identidad, tratar de alguna manera rescatar o por lo menos seguir con la expresión coloquial.*

**Seguidor15QPV**

*tengo familia allá y visito seguido Chiapas, por eso mi interés en la página amo visitar Chiapas*

**Seguidor7Cotz**

*El aspecto de los modismos es una parte que nos identifica como Chiapanecos pero las publicaciones sobre la historia de nuestro lugar de origen también llama la atención e igual la cultura del pueblo*

**Fragmento 1:** Lo que hay e interesa en las páginas de Facebook sobre Chiapas. Testimonios tomados de entrevistas a seguidores. Diciembre, 2018.

Como parte de esto, en las páginas de *Facebook* analizadas, existen muchas publicaciones que no necesariamente basan su objetivo en acondicionarse a lo virtual, sino únicamente ven en el ciberespacio el medio para poder expandir elementos de la vida cotidiana y el mundo físico. Ejemplo de esto es la figura 21, que presenta una publicación donde se busca la interacción de los seguidores, en la cual se pide que mencionen qué es lo que les gusta de Chiapas. Así, se genera un número considerable de respuestas que evidencian el conocimiento de diferentes elementos de Chiapas. Además, se complementa con respuestas que expresan el amor y el orgullo hacia el Estado (ver figuras 21 y 22).



**Figura 21:** Sobre lo que más le gusta de Chiapas a los seguidores. Captura de pantalla de publicación tomada de la página Cosas de Chiapanecos. Octubre de 2018.



**Figura 22:** Captura de pantalla 1 de comentarios en publicación, tomada de la página Cosas de Chiapanecos. Octubre de 2018.



**Figura 23:** Captura de pantalla 2 de comentarios en publicación, tomada de la página Cosas de Chiapanecos. Octubre de 2018.



Es importante destacar aquellos elementos, símbolos o signos que los usuarios consideran como los más destacados y representativos de Chiapas. Los usuarios relacionan elementos tanto simbólicos, gastronómicos y territoriales, entre ellos destacan: El Cañón del Sumidero, las cascadas de agua azul, la selva lacandona, la zona arqueológica de Palenque, entre otros destinos turísticos; el parachico, el pozol, el uso de modismos, artesanías, el café, el cochito, el pan coletos, el chipilín, parque de la marimba, el *posh*. Esto implica una vinculación a determinados significantes que las personas tienen en su marco referencial y con los cuales pudieran tener un contacto directo cotidianamente a través del conocimiento popular, la instrucción escolar o por la popularidad social de los mismos; de ahí su relación con Chiapas y parte de sus referentes de vida cultural y social, y también, sobre cómo perciben una realidad basada en elementos referencias colectivos, individuales y de diferentes posicionamientos.

**Seguidor8Chi**

*Los parachicos, el mercado de Chiapa de Corzo*

*El parque de la marimba*

*El cañón del sumidero*

**Seguidor9Chi**

*Pues creo que serían algunas de esas costumbres como el pozol a medio día, hablar con modismos porque no todos los entienden, la marimba , la comida y bebidas (tamales, Posh, café )*

*Las riquezas naturales con las que cuenta el Estado*

**Seguidor2CosasC**

*Una cosa muy muy chiapaneca es la marimba. Prácticamente todo el estado la considera suya y los coletos más. En lenguaje el "vos" se emplea en todas las regiones de habla hispana Y el "pues" o "pue"*

*Los tamales, principalmente los de chipilín, y el pan coletos, que aunque es de San Cris todo el estado lo conoce. El café, de los Altos y de la sierra, Y el mango ataulfo y el mango piña, El decirle "guineos" a los plátanos*

*- Sólo los chiapanecos usamos alzada (o) para decir soberbio Y le decimos "picte" al tamal de elote*

**Fragmento 2:** Elementos representativos de Chiapas. Testimonios tomados de entrevistas a seguidores. Diciembre, 2018.

Una comunidad –chiapaneca en este caso– conoce y enaltece sus características tanto físicas como simbólicas, entiende que, tanto la cultura como los elementos sociales, son parte de su vida y los lleva dentro de un marco referencial que se expresa a través de diferentes formas, tanto individuales como colectivas (ver fragmento 2). Por ello, al momento de utilizar la tecnología y los espacios virtuales que se ofrecen, es posible pertenecer a grupos, donde la persona se identifica, participa y juega un rol. Así, en el siguiente apartado, revisamos las implicaciones de una comunidad virtual.

### ***5.2.2 Atributos de la comunidad virtual***

Dentro del marco teórico de este trabajo de investigación, se ha hablado ya de las comunidades virtuales (ver apartado 2.4.1). Así, se ha definido que la región de este estudio conforma una comunidad de práctica virtual basada en la estructura de región funcional, por lo cual consta de características específicas que se dan en lo virtual y la constituyen como un colectivo. Es importante tener presente que los variados referentes socioculturales implican un acompañamiento al sujeto que hace uso de diversas herramientas en su día a día. Por ello, la presencia en un mundo virtual genera aspectos ciber culturales que son una fusión entre lo virtual y lo físico. Lo virtual puede pasar de ser un simple repositorio de elementos físicos adaptados al ciberespacio, a una construcción cultural que contiene características propias identitarias y distintivas con las que los sujetos se agrupan (ver fragmento 3); pero sin dejar de mencionar que, en términos de su gestión, siempre habrá un espacio físico desde el cual se construye el sentido en lo virtual (ver apartados 2.3.3 y 3.2.2).

**Seguidor17Memes**

*A veces sí por ser para del público objetivo de las publicaciones, aunque no siempre suelo usar el vocabulario o participar en las actividades que se muestren en las publicaciones*

**Admon3Chi**

*Espacios como SoyChiapanecote hacen eso, englobar a un grupo de personas bajo un mismo interés, en este caso sería lo chiapaneco, desde antes de Facebook ya había intentos de retomar lo chiapaneco pero quienes más lo lograron (a mi consideración) fueron los proyectos relacionados a lo humorístico como el conediante Pacho o la obra de teatro "Bienvenido Conde Drácula".*

**Fragmento 3:** Sobre sentirse parte de una comunidad chiapaneca en Facebook. Testimonios tomados de entrevistas individuales y grupales. Diciembre de 2018 y marzo de 2019.

De acuerdo con la determinación característica de Ruíz Torres (Véase apartado 2.4.1), entendemos a la comunidad virtual de usuarios que siguen contenidos chiapanecos y se constituyen con diferentes características de la siguiente forma:

- a. *Es una comunidad desterritorializada.* Si bien, no precisa de un territorio definido, sí hay dos aspectos importantes territoriales: por un lado, necesitan forzosamente una ubicación territorial desde donde se conectan a *Facebook* y se hacen parte de la comunidad y; por otro lado, hay una vinculación al estado de Chiapas, ya sea simbólica o de origen.
- b. *La geografía es contingente pero no determinante.* Esa misma ubicación espacial determina su existencia y pertenencia a través de la conexión. Chiapas más que territorio geográfico, es una construcción cultural simbólica de elementos representativos y de cargas significantes. El territorio chiapaneco es un lugar de origen para muchos usuarios, sin ser necesariamente bastión de la identidad y de la forzosa pertenencia comunitaria y viceversa, ya que no se necesita el origen chiapaneco para formar parte de una comunidad chiapaneca en *Facebook*.

- c. *Sus miembros son ubicuos y el conjunto es irrepresentable.* Pese a que muchos de los seguidores no están en el Estado, están ligados de manera simbólica y mantienen esa relación virtual con elementos de Chiapas.
- d. *Los nuevos sistemas de comunicación digital imponen un ritmo diferente a los intercambios en las comunidades virtuales.* Es posible lograr comunicación más eficiente, compartir diversos tipos de contenidos, más específicos y dinámicos; y generar flujos informativos hacia diferentes direcciones y diversos alcances.
- e. *La interacción social tiene poca inercia y suele carecer de lugares referenciales fijos.* Si bien, las interacciones sociales son intermitentes y poco predecibles respecto al tiempo y el espacio, la conexión de los participantes dependerá en mayor medida de la significación que los contenidos consumidos puedan tener para cada uno. Entre más atractiva sea la oferta de contenidos, mayor oportunidad de interacciones se genera.
- f. *Los sujetos son anónimos y se presentan con identidades múltiples.* No necesariamente tiene que ser sujetos anónimos, quizá no utilicen nombres reales, pero dentro del ciberespacio adquiere un nombre y una identidad. Su capacidad de presentación es tan limitada como ellos lo deseen. Además, se tiene un dato importante: son y/o comparten referentes y significados de Chiapas, lo que les dota de una identificación social.

Luego entonces, una comunidad virtual a través de *Facebook* tiene muchas posibilidades de interacción y funcionamiento colectivo (ver 2.4.3). Su identidad demarca especificaciones chiapanecas precisas pero que no necesariamente deben ser determinantes de la identidad física o permanente en los usuarios. Muchas de las características o especificaciones de una comunidad toman partida en lo individual y se basan en concepciones o estereotipos de corte sociocultural y que son vinculados a otro tipo de referentes que permiten una

ambivalencia: tanto una especificación cultural del mundo físico como una determinación adaptada al mundo virtual (véase apartado 2.4.1). Esto puede apreciarse en la figura 24, la cual presenta un meme con diferencias sociales características de diferentes lugares dentro del Estado de Chiapas. Si bien, en esta publicación no se presentaron muchos comentarios, sí se presentaron varias reacciones, pero lo más destacado es la forma en que se presenta un contenido que busca generar identificaciones con base a estereotipos sociales para determinar origen, formas de ser, actuar o vestir de las personas de dichos lugares.



**Figura 24:** La raza en Chiapas. Captura de pantalla de publicación tomada de la página Memes del Chito. Septiembre de 2018.

Gran parte de la esencia y caracterización de esta comunidad virtual, se basa en las interacciones que puedan darse dentro de ella, tanto de manera horizontal como vertical (véase apartado 3.4). Así, interacciones y flujos comunicativos/informativos son constantes y comunes en este tipo de páginas y por ello, es necesario también hacer una revisión sobre cómo son estas

---

interacciones y qué alcances pueden tener, sobre todo considerando que se comparte una identidad chiapaneca junto con diversas significaciones propias de personas que tienen variados referentes culturales, sociales, políticos.

### **5.2.3 Interacciones físicas-virtuales**

Dentro de estas páginas, la participación de los seguidores es muy importante; y puede darse a través de un simple *like* u otra reacción, hasta comentarios que pueden aportar más para nutrir los contenidos y generar mayor dinámica. Es importante destacar que las interacciones son la base de la conformación de este constructo de comunidad de práctica virtual y región de estudio. Si bien, es lógico que la mayoría de los seguidores que interactúan en estas páginas no lo hacen en el mundo físico –y seguramente es poco probable que alguna vez lo hagan– también es necesario entender que muchas de las interacciones que pueden gestarse ahí, son un reflejo de la sociabilización y la compartición de un interés común; esto, como resultado de un encuentro identitario y de significaciones dentro de un espacio propio para las relaciones sociales. Al respecto, Scolari (2008) establece que “hay interactividad en las comunicaciones sujeto-sujeto, pero también en los intercambios entre un sujeto y un dispositivo tecnológico. En este segundo ejemplo la interactividad se desarrolla en la interfaz, que se podría definir como el lugar de la interacción” (p. 94). Ambos tipos de interacciones son frecuentes en *Facebook* y tienen implicaciones para el usuario, sus relaciones y el espacio con el interactúa.

Además, existen otras relaciones sociales que determinan una dinámica de funcionamiento dentro de lo virtual; pero que también existen en el mundo físico desarrollándose de otra manera; por ello, suelen compartirse los contenidos a través de menciones en las publicaciones o copiando la imagen y enviándose por otros medios. Además, algunas de estas relaciones, favorecen una dinámica diferente en el mundo virtual, lo que ayuda a un reforzamiento de las relaciones y las interacciones. Es necesario aclarar que el hecho de tener una publicación

que sea significativa para el seguidor, no es sinónimo de amplio margen de interacción entre usuarios (ver fragmento 4). Con frecuencia, es más una interacción con la misma publicación a través de comentarios y reacciones.

**Seguidor15QPV**

- *aveces comento pero mencionando a mi novio*  
 - *(sobre su opinión sobre compartir más contenidos) Pues creo que sin sin importancia la mayoría solo etiqueta amigos pareja etc , para que vean la publicación*

**Seguidor2CosasC**

*si veo algún comentario que me llamé la atención lo hago, pero muy de vez en cuando. Y con la página pues pasa lo mismo, si me gusta el contenido pues lo publico*

**Seguidor8Chi**

*muy poco entró en contacto con las personas a menos que la publicación se conecte conmigo*

**Fragmento 4:** La interacción con otros usuarios. Testimonios tomados de entrevistas a seguidores. Diciembre, 2018.

Entonces, para que haya un segundo paso en la interacción y compartición de contenidos, los seguidores deben hallar más que diversión; y un momento espontáneo o efímero de interés. Debe haber una significación más específica, muchas veces lo gracioso de la misma es por alguna relación con su vida cotidiana; alguna experiencia emotiva o una conexión cognitiva (ver fragmento 4). Es interesante ver que pese a que algunos seguidores mencionaron no tener mucha interacción en las páginas ya que no es de su agrado o decir que simplemente hacen participaciones breves, estos fueron seleccionados a los chats indagatorios durante el proceso metodológico, precisamente por haber hecho algún comentario que reflejara interés, empatía, o alguna contribución valiosa a lo publicado en la página.

Pese a esto, muchos seguidores son parte de la colectividad que se presenta en este tipo de páginas, porque el gusto e interés por lo chipaneco está presente en su consumo cultural dentro de *Facebook*; porque son partícipes de una

comunidad de interacciones y flujos comunicativos que cada vez se adapta a las posibilidades y exigencias del entorno que tiene lo virtual; y lo que implica en cuanto a significaciones socioculturales que acompañan individualmente y en conjunto a cada uno de los usuarios, tal como se aprecia en el fragmento 5 (véase también apartado 2.4.3). El seguidor se vuelve parte de la comunidad y le da sentido a mucho de lo que se publica. Gracias a su participación genera impacto y significación a las publicaciones, con lo que es posible darle una caracterización identitaria y referencial (ver figuras 25, 26 y 27).

**Admon3Chi**

*Ha evolucionado conforme evolucionó internet, al principio la gente nos percibía como un personaje, después empezó a haber intercambio entre ellos y la página misma, enviaban sus colaboraciones e interactuaban con las publicaciones, de igual manera ellos soloían compartir las publicaciones y creaban conversaciones en sus propios muros. Es decir las imágenes se convertían en catalizadores de conversaciones en su propio círculo."*

**Admon4QPV**

*Hay veces que etiquetan en los comentarios a alguna persona chiapaneca y el chiapaneco le dice "y tu porque sigues esta página". Cuando son personas de puebla o del norte*

**Fragmento 5:** La interacción de los seguidores. Testimonios tomados de entrevistas a administradores. Noviembre, 2018.

Lo que se aprecia en la publicación de la figura 25 es una forma de interacción de los seguidores con los contenidos de las páginas. Incita a reescribir títulos de películas utilizando aspectos propios de Chiapas, ya sea palabras, referentes simbólicos o elementos de prácticas sociales. Así, se dan diversas respuestas y reacciones de los seguidores y en ellas se destaca la importancia que tiene "lo chiapaneco" como un modo de identificación e identidad para los seguidores, quienes enlistan y relacionan elementos y palabras propias del estado de Chiapas. Por ello, se han rescatado algunas respuestas (figuras 26 y 27) que permiten clarificar cómo se da la interacción y qué es lo que los seguidores aportan como "chiapaneco" (ver apartado 3.4.1 sobre flujos e



interacciones). De esta forma, es relevante mostrar cómo se dan palabras y referentes propios de Chiapas como “pichi”, “pozol”, “chucho”, “fiero”, entre otras, lo que además de generar la participación, también busca desarrollar la creatividad de los seguidores.

Las interacciones se dan en diferentes direcciones. No sólo son las menciones o las contribuciones directas a la publicación, sino también, hay contacto entre los seguidores, algunos respondiéndose comentarios o dando reacciones a los mismos; en algunas ocasiones generando un hilo de charla. Así, se evidencian quejas sobre los salarios, el gobierno en turno, la comida y otras prácticas sociales. También están las respuestas de los administradores a los comentarios de sus seguidores, mostrando esa colaboración multidireccional de flujos y atendiendo a lo que éstos puedan aportar (ver figura 30). Por ello, concordamos con Alzugaray (ver apartado 3.1), en cuanto a que una región debe tomar en cuenta tres elementos importantes: unidad o cohesión; la identidad como actor social; y una delimitación territorial. Al respecto, la ciber-región de este estudio cumple con los requisitos, aunque de una forma particular por estar situada en el ciberespacio:

- 1) **Unidad o cohesión.** Hay una conjunción a través de una colectividad social. Esta es la comunidad de práctica virtual con sus características particulares y flujos constantes de interacciones. Al darse una participación social constante y apegada a elementos comunes, se vuelve un elemento de unión.
- 2) **Identidad como actor social.** La identidad es la que vincula a los usuarios –tanto administradores como seguidores– y los hace parte de la misma comunidad de práctica. Se identifican como chiapanecos y comparten significaciones de los diferentes contenidos que se encuentran en las páginas. Eso mismo los hace participar y aportar a lo que ocurre dentro de la misma.
- 3) **Una delimitación territorial.** Si bien, dentro de lo virtual, el territorio no puede ser determinado a través de fronteras geográficas que establezcan una condición fija, sí hay una afiliación territorial con la que se gesta la

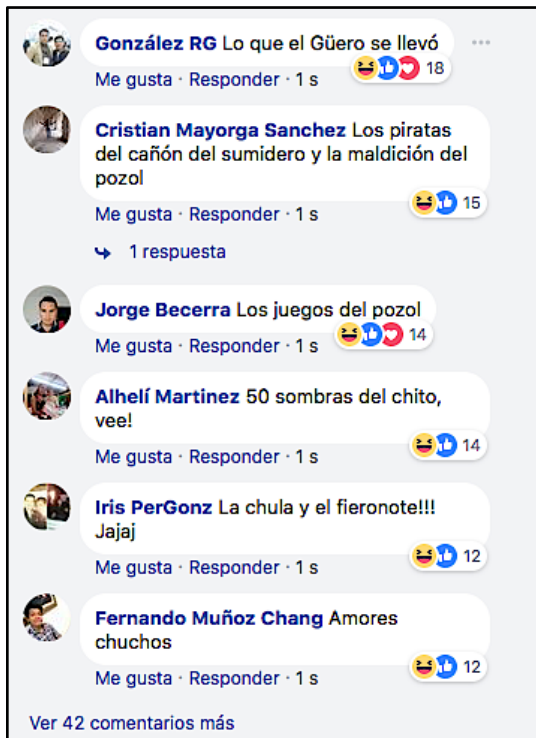
identidad y demás significaciones culturales. Hay un vínculo de pertenencia territorial simbólica e identitaria. Por ello, el territorio construye la identidad del usuario y le da sentido a sus significaciones y acciones. Sumado a esto, todos comparten una conexión a internet que requiere una ubicación territorial y que se convierte en una ciberespacialidad social que está latente en *Facebook* y vigente gracias a los aspectos socioculturales chiapanecos que la definen.

A su vez, de acuerdo con la oportunidad de construcción particular desde las necesidades de la investigación, abordado por Pons y Chacón (2017), la región de estudio de esta tesis, está basada en la regionalización del espacio social (véase apartado 3.1), tomando como estructura la región funcional de Klappk, Halás y Tonev (ver apartado 3.4), ya que se delimita un ciberespacio basado en interacciones sociales entre los usuarios que componen dicha estructura en red. Tales elementos son la homogeneidad de una identidad chiapaneca, prácticas e interacciones culturales similares, consumos virtuales, opiniones y flujos informativos y de comunicación.

A través de las páginas sobre Chiapas en *Facebook*, las interacciones evidencian una identificación y construcción identitaria que permiten entender cómo es el funcionamiento colectivo. Si bien, no todas las respuestas e interacciones son fructíferas o lo suficientemente valiosas para un aporte más significativo en cuestiones culturales, es importante entender que todas forman parte y contribuyen al establecimiento de una comunidad virtual, que en conjunto con otros factores –como los flujos informativos y las interacciones sociales–, configuran una ciber-región de estudio (ver apartado 3.4). Por ello, en el siguiente apartado, se hace un análisis comparativo y definitorio de cómo la comunidad de práctica virtual es la base de la conformación de la ciber-región de estudio.



**Figura 25:** Nombres de películas como si fueran chiapanecas. Captura de pantalla de publicación tomada de la página Memes del chito. Abril de 2018.



**Figura 26:** Captura de pantalla 3 de comentarios en publicación, tomada de la página Memes del chito. Abril de 2018.



**Figura 27:** Captura de pantalla 4 de comentarios en publicación, tomada de la página Memes del chito. Abril de 2018.



**Figura 28:** Soy chiapaneco y no me gusta. Captura de pantalla de publicación tomada de la página Cosas de chiapanecos. Octubre de 2018.



**Figura 29:** Captura de pantalla 5 de comentarios en publicación, tomada de la página Cosas de Chiapanecos. Octubre de 2018.



**Figura 30:** Captura de pantalla 6 de comentarios en publicación, tomada de la página Cosas de Chiapanecos. Octubre de 2018.

---

#### 5.2.4 Atributos de la comunidad práctica

La comunidad de práctica virtual está basada en las interacciones y en la identidad como constructo individual y colectivo. ‘Lo chiapaneco’ es lo que mueve a la construcción comunitaria y cobra sentido con las afiliaciones que existen a través del consumo cultural y las pertenencias territoriales. Al respecto, en el apartado 2.4.3 de esta tesis se han abordado las características de una comunidad de práctica que están definidas por Wenger (2001), con las cuales se establecen elementos distintivos de una colectividad que comparte interacciones y flujos comunicativos guiados por elementos identitarios de los miembros y organizados por un moderador. Así, a través de los hallazgos, es posible equiparar las similitudes de esas características con la comunidad que se estructura por las relaciones de los usuarios que frecuentan las páginas analizadas:

- **Compromiso mutuo.** Existe un compromiso que es retroactivo y simbólico. Por un lado, los administradores están comprometidos a la producción de contenidos que sean de interés colectivo y que mantengan la vertiente de lo chiapaneco. Por otro lado, muchos de los usuarios que siguen estas páginas están, de diferentes formas, en constante interacción; y tienen alguna respuesta ante las publicaciones, ya sea un comentario, una reacción, una mención, compartición o todas juntas. Cualquiera de estas respuestas al estímulo de la publicación son una manera de ser parte de la comunidad y representan el interés, el gusto y la significación de lo que están consumiendo.
- **Empresa conjunta.** Con base a ese compromiso, hay una colectividad constituida. Los flujos de interacciones y comparticiones cobran sentido mediante las conexiones entre usuarios y sus diferentes acciones en *Facebook*. Así, se constituye una comunidad virtual que tiene el compromiso mutuo, la identidad vinculada con lo chiapaneco y las prácticas sociales como elementos comunes y constantes.

- **Repertorio compartido.** Los contenidos son difundidos a través de la misma comunidad. Mucho de lo que se comparte en las páginas de *Facebook* contiene elementos con referentes socioculturales de Chiapas los cuales el administrador se encarga de diseñar acorde a especificaciones preestablecidas para las publicaciones. Así, estos son significados aceptados colectivamente a través del proceso de afiliación y posterior identificación con lo que al seguidor se le presenta. Hay una compartición de contenidos comunes y que llevan a un entendimiento mutuo.

De esta forma, la comunidad de práctica de este trabajo de investigación, representa un modo de colectividad que propicia flujos de intercambios e interacciones sociales y culturales, basados en una identidad chiapaneca compartida. Los administradores se encargan de generar el combustible de interacciones y participación por medio de publicaciones con elementos chiapanecos que propician el interés y gusto de los seguidores (ver fragmento 6). Por consiguiente, la participación de los seguidores es fundamental para poder mantener los flujos de información que se expanden en grandes dimensiones debido al esquema básico de una red social y para la vigencia de la misma comunidad (véase 3.4).

**Seguidor8Chi**

*Es favorable en partes, ya que todos dan su punto de vista sobre un tema y ayuda a conocer sobre diferentes aspectos y perspectivas sobre el tema en específico*

**Fragmento 6:** La participación en páginas de corte socio cultural y diversión. Testimonio tomado de entrevistas a seguidores. Diciembre, 2018.

Luego entonces, la comunidad de práctica virtual es una colectividad que permite entender las conexiones sociales a través del ciberespacio. No es posible determinar tajantemente que este tipo de comunidad es adaptable a otros

---

espacios virtuales u otras redes sociales, ya que cada una tiene sus particularidades que ayudan a darle un uso diversificado; sin embargo, es posible tomarlo como modelo dentro de *Facebook* ya que así como las páginas de contenidos chiapanecos son posibles de entenderlas en conjunto, existen miles de otras páginas y con otras temáticas que comparten similitudes.

### **5.3 Manifestaciones de la identidad chiapaneca en *Facebook***

Tal como ya se ha planteado en este trabajo, *Facebook* es un espacio en lo virtual que permite un sinfín de oportunidades tanto de producción como de consumo informativo. La presencia de las personas dentro del ámbito virtual implica una dedicación y atención a sus espacios personales; y se ha vuelto una constante de uso y de consumo. Debido a que hay una intensa participación de individuos, las manifestaciones identitarias son recurrentes.

La identidad es un aspecto que coloca al ser humano dentro de concepciones y configuraciones simbólicas que le permiten pertenecer e identificarse –a través de afiliaciones– a un territorio, a un espacio, a una comunidad. La identidad puede ser vista desde la individualidad y/o la colectividad. Pérez Salazar (2016) establece, al respecto, que “es claro que la identidad presenta al menos dos niveles de análisis: el que se refiere al sujeto en sí mismo, y el que distintos grupos construyen de sí, de manera colectiva” (p.13). Para el caso de este trabajo, ambos niveles nos parecen importantes, ya que, por un lado, se parte de lo individual, como un reconocimiento que explica la necesidad y/o gusto de creación de contenidos sobre Chiapas, para ser presentado a una comunidad de usuarios (véase más en apartado 2.3); y por el otro, la imagen y representación que los seguidores tienen de las personas que hacen estos contenidos y están constantemente consumiéndolos.

Así, el interés individual por la creación de una página con contenidos chiapanecos deviene primeramente del interés personal de los usuarios por

---

explotar los recursos comunicativos virtuales, siendo las redes sociales espacios con una capacidad ilimitada para poder lograrlo. En este sentido, todos los administradores han coincidido al expresar que buscaban dedicarse a algo vinculado con el trabajo en redes sociales y/o espacios virtuales, por lo que en una primera instancia hallaron en *Facebook* un medio de expresión, lo que luego se ha convertido en una especie de trabajo que les absorbe buena parte de tu tiempo. Uno de ellos comenzó como *Community Manager* de una empresa privada; otro, aún se dedica a eso; y otro más se desarrolla en el ámbito de la programación *web*. Además, han sumado otros aspectos profesionales como la fotografía y el *marketing* dentro de su experiencia laboral, por lo que su permanencia y aprovechamiento del espacio en las redes sociales, dan muestra de su dedicación a lo informativo y creación de contenidos. Ellos, son la punta de la pirámide de la ciber-región de estudio de este trabajo (ver apartado 3.5), quienes través de su formación identitaria chiapaneca, se encargan de la distribución y seguimiento de los contenidos que producen, dando información que es del interés y gusto de sus seguidores (ver figura 6).

Otro elemento importante de estas páginas –las incluidas en el trabajo– es que, aparte de tener un administrador principal, todas tienen un equipo de trabajo, a excepción de Chiapanecote, donde ya únicamente una persona se encarga de toda la página. Así, estas páginas se han convertido en proyectos grandes y de impacto mediático importante en cuanto a lo informativo/comunicativo. Además, ha sido necesaria la especialización –en el caso de las páginas de Comitán– ya que sus equipos de trabajo cuentan con reporteros, fotógrafos y diseñadores, para poder cubrir los diferentes contenidos que manejan, sobre todo los que están enfocados a la parte comercial.

Así, la importancia que cada página de *Facebook* tiene en la vida de los administradores es tanta que han tenido que incorporarla a su cotidianidad e incluso hay quienes se dedican de tiempo completo a administrar su página, tal es el caso de las páginas comitecas *Qué pué vos* y *Arriba el Cotz*, las cuales ya no sólo son espacios de diversión o de difusión informativa, sino que son ahora medios de información/comunicación, ya que, además de tener un amplio



número de seguidores, han incorporado contenidos más elaborados, como notas, reseñas, semblanza, además de publicidad local y creación de contenidos propios, como sketches.

Al respecto, los mismos administradores entrevistados han coincidido en que la creación de las páginas que se han estudiado, viene del interés personal por dedicarse a lo digital y aprovechar las ventajas de los espacios digitales (ver apartado 1.4.1); pero también buscaban relacionar aspectos culturales y emocionales del estado de Chiapas o de su ciudad como en el caso de las páginas de Comitán (ver fragmento 7).

**Admon2Cotz**

*"Quería ser community manager de empresas y necesitaba un producto para poderles mostrar donde quería colaborar, por lo que inicié el proyecto como una página que sólo tuviera referencias, memes, publicaciones sólo de Comitán. De repente algunos memes o publicaciones con personas de otros lados".*

**Admon3Chi**

*"La página surge durante mis primeros pasos en la carrera de Comunicación en la UNACH por la inquietud de aprovechar internet que en ese entonces comenzó a masificarse como una poderosa herramienta. La idea surge por dicha necesidad (ya anteriormente había tenido pequeños blogs y proyectos pero más personales) y por el amor que le tengo a Chiapas, Mismo que descubrí al salir".*

**Fragmento 7:** Acerca del interés por la creación de una página en *Facebook* con contenidos sobre Chiapas. Testimonios tomados de entrevistas a administradores. Octubre, 2018

El factor de la identidad chiapaneca de cada uno de los administradores demarca su presencia e interés por lo sociocultural y desde ese punto se encargan de producir contenidos que se dirigen a (re)crear una identidad colectiva chiapaneca que es compartida y crea interacciones entre sus seguidores, tal como se ilustran las vinculaciones e interacciones entre los miembros de la ciber-región chiapaneca (ver figura 6). Estos individuos destacan el valor de 'lo chiapaneco' como ese algo característico del Estado que permite

entender a una sociedad y una cultura propia; con elementos distintivos de los cuales sienten orgullo y una reivindicación identitaria en nuevos espacios, lo que se refleja no sólo en lo que considera el administrador, sino en lo que se produce y se reproduce (ver apartado 2.6). Por ello, muchas de las publicaciones que hay en estas páginas reivindican la importancia de los elementos identitarios chiapanecos, algunos quizá un tanto estereotipados, pero que forman parte de lo sociocultural e impregnan ese estilo de cada página (ver figura 21).

Por otra parte, existe ese apego hacia una identidad desde lo colectivo, donde el hecho de ser parte de una comunidad, realza la afiliación con base a aquello que está público y de consumo más masivo. El interés hacia elementos simbólicos que se reconocen como cercanos, cotidianos y/o valiosos, es parte fundamental de este trabajo de investigación. Los seguidores encuentran en los contenidos una significación importante que les permite el reconocimiento de los elementos con los cuales se identifican. Así, la ciber-región de estudio toma su base a través de la construcción de una comunidad de práctica virtual que, por un lado tiene interacciones constantes entre el mundo físico y el virtual, y por el otro, las relaciones sociales constantes e interacciones, propician los vínculos de afiliación con la página de contenidos chiapanecos de su agrado y la unidad de entre los miembros que componen la región de estudio (ver figura 6).

Así, tanto administradores como seguidores de las páginas de *Facebook* estudiadas, están constantemente (re) definiendo y (re)significando identidades dentro de la web (véase apartado 2.3.3); sin embargo, es importante aclarar que comparten una forma de identidad que los une y vincula: la identidad de afiliación chiapaneca. Esto entonces, interrelaciona diferentes aspectos, que son propios del Estado para conjuntar y manifestar lo chiapaneco a través de contenidos en *Facebook* (ver fragmento 8), los cuales son de interés grupal, ya que por una parte, son la razón del consumo y sentido de pertenencia a la comunidad de práctica virtual que compone esta región de estudio y por el otro, es lo que le da identidad a la misma.

**Seguidor12QPV**

- Soy de Chiapas nada más que radicó en Cancún.
- Por ese motivo sigo algunas páginas de allá.
- Sí pues me recuerdo de la infancia. De las tradiciones cosas así.

**Seguidor3CosasC**

- Porque soy chiapaneca y me da orgullo
- No hay tradiciones y cosas iguales en otros lugares
- Me gusta siempre estar enterada de ese tipo de cosas.

**Seguidor10QPV**

*Pues al ser una pagina de aqui, tienes una identificación con tu cultura y poder compartir con otros amigos que no son dr aquí.*

**Fragmento 8:** Sobre el interés en páginas con contenidos sobre Chiapas. Testimonios tomados de entrevistas a seguidores. Octubre, 2018.

Así, los seguidores se vinculan de manera importante con su Estado a través de los contenidos abordados en las páginas, creando lazos relacionados con comida, vivencias, emociones, eventos y algunos otros aspectos (fragmento 8). Esto implica un acercamiento simbólico con el estado de Chiapas pese a estar lejos de él. Por lo que consideramos que es una forma de pertenecer sin la necesidad de la presencia física en el territorio, así como de enaltecer el orgullo e importancia de “ser chiapaneco” (ver fragmento 9). Muchos de estos elementos han cobrado relevancia -según los seguidores, dado que varios de ellos son de Chiapas pero se encuentran fuera del Estado; y los contenidos de las páginas que se estudian (y otras similares), les crean una especie de vínculo emocional (ver testimonios fragmento 9), informativo y cultural con su lugar de origen, sobre todo cuando se topan con publicaciones que les remiten a recuerdos, artefactos, alimentos u otros objetos y símbolos que son propios de su vida pero que por la lejanía espacio-territorial, no tienen al alcance (véase también figuras 31 y 32).

Por ello, podemos afirmar que los usuarios ven en los contenidos de páginas de *Facebook*, elementos que los vinculan también a su cotidianidad y que los han acompañado históricamente a lo largo de su vida. Por consiguiente, es posible hilvanar diferentes elementos que les confieren una posibilidad de identidad, ya que los reconocen y los apropian como algo cercano, incluso hasta como propio

de su ser, esto indudablemente, haciendo referencia a su mundo físico y a una dimensión simbólica en donde adquieren significaciones particularizadas. Por ello, no puede existir un entendimiento y desarrollo de lo virtual de cualquier usuario en internet, sin estar constantemente atado a lo físico (véase 2.1.1).

En cuanto a las apreciaciones de administradores acerca de la producción de las publicaciones y de los usuarios sobre el consumo, ambos aspectos, relacionados con su contexto próximo, son evidentes desde el momento en que reconocen la importancia de los contenidos, la creatividad y el interés que tienen para la relación significativa e identidad, tal como lo considera Dondis (2011): “La composición es el medio interpretativo destinado a controlar la reinterpretación de un mensaje visual por sus receptores. El significado está tanto en el ojo del observador como en el talento del creador” (p.123). Además, si se adiciona la posibilidad de romper distancias territoriales como los entornos virtuales permiten, es aún más comprensible su importancia para los seguidores. Se vuelve una vía de permanencia cercana al Estado, aunque sea de forma simbólica e ideológica. Así, del lado de quienes producen contenidos sobre Chiapas, la identidad chiapaneca está presente en todo momento y comprenden la importancia de las publicaciones para un rescate cultural y permanencia de elementos propios del Estado. Además de reiterar su propia identidad como chiapanecos interesados en abordar temas sobre el Estado, tal como se aprecia en el fragmento 10.

**Seguidor1CosasC**

- *Extraño mucho Chiapas mándame pozol*
- *(Soy de) Ocosingo, pero he vivido en casi todo el estado actualmente vivo en Toluca*
- *Me. Siento con un pedacito de Chiapas*

**Seguidor4CosasC**

- *Estoy viviendo fuera del estado; me apareció el grupo (sic), solicite a unirme;*
- *Busco algo que me relacione con mi estado, su gente, aunque hay gente de fuera, pero me agrada sus publicaciones, no todos; uno que otra tontería pero pues todos interactúan.*

**Seguidor8Chi**

*Porque tenía contenido que me recordaba mi infancia y adolescencia. Cosas que extraño. Generalmente con lo que me siento identificado: hablase de aspiración, contenidos que apelen a algún recuerdo del lugar donde crecí, donde viaje, donde existe un contexto personal, también sobre mis pasiones y lo que resalta mi curiosidad y morbo*

**Fragmento 9:** El sentido de afiliación a contenidos sobre Chiapas en Facebook. Testimonios tomados de entrevistas a seguidores. Octubre, 2018.

**Admon4QPV**

*(La página) Influye en el rescate de costumbres y que el sentido de identidad. Por qué aparte de compartir también etiquetan a personas donde tiene recuerdos de eso, invitan a sus amigos de otros lados a que vengan, inspira a otras personas a hacer páginas con contenido similar.*

**Admon1CosasC**

*Me considero chiapaneco, porque en mi están aún vivas las tradiciones de mis ancestros, disfruto la marimba, las leyendas de mi pueblo, la comida típica, los bailables, si algún día pudiera haría que todo eso fuera una materia obligatoria en las escuelas, historia y cultura de Chiapas (...). Estos últimos días he estado tratando de subir contenido más lúdico y no dejo de lado también lo comico. Esa combinación me parecer buena, finalmente no pierde la esencia la página en ninguno de los aspectos.*

**Admon3Chi**

*Definitivamente aunque vivas en otro lado o convivas con personas de otro lugar este tipo de espacios hacen que mantengas un vínculo con Chiapas, dentro de la red es fácil identificarse como chiapaneco principalmente con otros chiapanecos, (...) sin lugar a dudas los chiapanecos compartimos códigos e intereses sinilares que hacen que formenos una comunidad intrinseca dentro de este ecosistema mundial.*

**Fragmento 10:** Producción de contenidos con rescate cultural de 'lo chiapaneco'. Testimonios tomados de entrevistas a administradores. Octubre, 2018.



**Figura 31:** Sobre el corazón de un chiapaneco. Captura de pantalla de publicación tomada de la página Memes del Chito. Mayo de 2018.



**Figura 32:** 5 cosas que un chiapaneco extraña estando fuera de su estado. Captura de pantalla de publicación tomada de la página Chiapanecote. Julio de 2018.

Así, es necesario tener presente que los administradores dedican tiempo y espacio para generar contenidos que están vinculados a Chiapas y que permiten a sus seguidores, tener un lazo simbólico y de reafirmación con su identidad chiapaneca, por lo que, independientemente de intereses lucrativos (en el caso de quienes crean publicidad), tienen claro qué, elementos tangibles y simbólicos son propios del estado de Chiapas (fragmento 10), por lo que los explotan en sus contenidos y además, propician la participación e interacción de los seguidores, tratando de realzar y reconocer esa identidad chiapaneca y el gusto por los elementos propios del Estado, tal como esta publicación de la figura 33 que hace una galería de imágenes referentes a Chiapas, donde la publicación se acompaña del texto 'No pedí ser de Chiapas, sólo tuve la suerte de nacer acá', acompañado de una imagen de inicio que es el escudo del Estado, y le siguen imágenes de paisajes, lugares turísticos y otras referencias comunes que un chiapaneco puede identificar (ver figura 33).



**Figura 33:** Sobre elementos propios de Chiapas. Captura de pantalla de publicación tomada de la página Qué púe vos. Julio de 2018.



**Figura 34:** Captura de pantalla 7 de comentarios en publicación. Tomada de la página Qué púe vos. Julio de 2018.

Parte importante de esta publicación, son no sólo las imágenes referentes al Estado que se presentan (varias y diversas), sino también las reacciones –en cantidad y forma– (ver figura 33) y los comentarios de los seguidores (ver figura 34), donde entrecen los paisajes naturales del Estado y evidencian gusto y orgullo de ser originarios de Chiapas. Así, la producción de contenidos en estas páginas



de *Facebook*, es sinónimo de elementos identitarios constantes. Al respecto, Donis. A. (2011) asevera, acerca de la creación de contenidos visuales, que:

La mayor parte del material visual que se produce constituye sólo la respuesta a la necesidad de registrar, preservar, reproducir o identificar personas, lugares, objetos o clases de datos de visuales. Estos materiales son muy útiles para mostrar y enseñar, tanto formalmente como informalmente. La última razón motivante, y la de mayor alcance, es la utilización de todos los niveles de datos visuales para ampliar el proceso de la comunicación humana (p. 167).

Por parte de los seguidores, hay también aspectos relevantes sobre la identidad chiapaneca, que van más allá de la sola auto denominación como chiapanecos. Entienden que hay una identificación de elementos y situaciones propias de Chiapas y los asumen como parte de su cotidianidad, por lo que lo vinculan con aspectos de su vida y su identificación como tal (fragmento 11).

**Seguidor9Chi**

*Pues primeramente porque soy de Chiapas jeje y me gusta el humor que maneja, dice cosas que se viven en el Estado y siento que las relaciona más con Tuxtla que es donde yo radico.*

*Son varias que me parecen graciosas, como el meme de cuando te toca ir adelante en la combi y el de las clases de personas en Chiapas que gritan Ton Ton o buenas.*

*Se me hacen muy propias de Tuxtla. Yo uso el transporte colectivo diario para ir al trabajo entonces es más cómodo cuando te toca adelante jeje y es suerte cuando va desocupado.*

**Seguidor7Cotz**

*Primeramente le di like a la página, porque me llamó la atención el nombre, más por la palabra Cotz, que en Comitán y en Las Margaritas es muy común y los habitantes le ha dado otra referencia diferente a su término original en tojolabal. Es una página en donde habla sobre la cultura de Comitán enfocándose más en un aspecto sobre los modismos de la región, aunque suben de igual contenido informativo.*

**Fragmento 11:** Acerca de la identidad chiapaneca. Testimonios tomados de entrevistas a seguidores. Diciembre, 2018.

---

Así, los seguidores evidencian una importante identificación y reconocimiento de situaciones y elementos comunes dentro de su día a día. Esto permite que los contenidos presentados en las páginas cumplan cierto proceso: reconocimiento, significación, aceptación y afiliación, la cual se refuerza con una compartición, frente a lo que se les presenta, tal como se expresa en el esquema de ciber-región (ver figura 6) mostrado anteriormente (ver apartado 3.5), donde con base a la construcción sociocultural y el interés el usuario seguidor lleva consigo, genera hacia la página con contenidos chiapanecos. Esto entonces, se traduce en interés hacia lo que estos espacios en *Facebook* pueden presentar y a su vez, una convergencia de identidades chiapanecas que comparten contenidos comunes y el vínculo hacia lo chiapaneco y la manera divertida en que es presentado (fragmento 11). Ahora, para poder explicar mejor cómo se dan las afiliaciones, en los siguientes apartados se desglosan a mayor detalle cómo son las publicaciones y qué implican para los seguidores, a través de una revisión y análisis de las afiliaciones simbólicas, las territoriales y las lingüísticas, que son las que han surgido de la aplicación metodológica.

### **5.3.1 Afiliaciones simbólicas**

Las afiliaciones simbólicas hacen referencia a elementos que vinculan a los usuarios de *Facebook* con aspectos de su vida cotidiana; y que implican los sentidos y las significaciones que van más allá de una simple pertenencia o una referencia lingüística. Este tipo de afiliaciones han sido abordadas por los entrevistados y también se reflejan en los contenidos de las publicaciones. Así, en esta parte, es necesario hacer énfasis en la relevancia de elementos como la comida, la música, la vestimenta, las costumbres, creencias y tradiciones, ciertas emociones y/o sentimientos.

En cuanto al diseño y la producción de publicaciones con elementos de afiliación simbólica, en ellas se evocan situaciones con las que los seguidores se identifican y tienen una reacción de cercanía o de vinculación con el Estado.

---

Todas ellas están cimentadas por símbolos o signos con los que el observador converge y los significa. Dondis (2011) establece que la cultura se comprende a través de la construcción de significado con base a elementos que se forman históricamente y los cuales contextualizan a la persona; por lo que la cultura va a determinarse a través de un entendimiento de lo que se la presenta a alguien en el momento del consumo. Entonces, “nuestra comprensión de una cultura depende del estudio del mundo que sus miembros construyeron y de las herramientas, artefactos y obras de arte que crearon” (p. 34).

Además, es importante destacar cómo las personas logran significar los mensajes de las publicaciones conforme se presentan no sólo elementos comunes, sino a través de una fusión con aspectos locales –muy particulares de Chiapas o su ciudad– donde las referencias son adecuadas para generar esa afiliación concreta con lo que busca darse a entender y que va más allá de una reacción momentánea. Por esto, es necesario retomar a Pérez Salazar (2016) quien menciona que un meme –visto como un signo–, posee un “un significante, que es observable, y un significado, que es compartido por quien domina el código. Dicho sentido es entonces, el significado relacionado con todo significante” (p. 51). De esta forma, es como el seguidor halla un vínculo directo con algo significativo en su vida y su entorno (véase apartado 2.6.2.1) y por ello, genera una afiliación hacia la información que consume en su vida cotidiana.

En el caso de la figura 35, se presenta una construcción visual que incluye un dibujo animado haciendo referencia a una actividad común cotidiana como lo es una persona en cama que, pese a que no tiene ganas, debe levantarse para ir a trabajar; y por otro lado, el texto que acompaña a la imagen, el cual relaciona acontecimientos y prácticas propios de un momento vivido con frecuencia en el Estado de Chiapas, como lo son los bloqueos carreteros, que se han convertido en una forma de obtener dinero. Así, la gente del Estado conoce bien el problema al que alude esta situación y por ello, para quienes comprenden la idea de la publicación causa gracia y a la vez, evidencia una problemática social y política actual y constante, tal como se ha hablado anteriormente (ver apartado 2.6.2).

También hay publicaciones relacionadas a cierto tipo de prácticas sociales, como en el caso de la figura 36, donde, en particular en la ciudad de Comitán, a través de los estereotipos sociales, se hace referencia a las personas y al chisme; y lo definen como algo cotidiano y distintivo que da una especie de (auto)reconocimiento para los originarios de la ciudad, como para aquellos que llegan de fuera a vivir a ese lugar. Esto es entonces, una práctica que define rasgos identitarios de las personas de Comitán y que, al ser expuesta, recibe también la validación a través de los comentarios de los seguidores. Al haber esta interacción y aseveración de las situaciones, se genera una afiliación hacia una práctica/cotidianidad a la que el usuario ha estado en algún momento expuesto en su acontecer.

Ambos ejemplos, permiten entender ciertos entornos y las afiliaciones que producen al momento de identificarse y compartir dichas prácticas, ya que por un lado, una afiliación hacia la identificación con una práctica cotidiana social como lo es el trabajo y por el otro, una identificación de estereotipos sociales propio de cierto lugar –la ciudad de Comitán–, donde la gente originaria encuentra mejor vinculación simbólica con lo que se expresa, lo que les permite reforzar las afiliaciones por representaciones sociales y cierto sentido de pertenencia, tal como se puede hallar en las características constitutivas de los miembros seguidores de la ciber-región chiapaneca (ver figura 6).



**Figura 35:** Sobre actividad cotidiana del chiapaneco. Captura de pantalla de publicación tomada de la página Qué pue vos. Octubre de 2018.



**Figura 36:** Sobre alguien que llega a vivir a Comitán. Captura de pantalla de publicación tomada de la página Qué pue vos. Octubre de 2018.

Las creencias igualmente son un aspecto fundamental de las formas de afiliación simbólica que se ven reflejadas en *Facebook*. La figura 37 presenta una imagen referente a un árbol de Tenochté<sup>27</sup> con un texto sobre la misma y que se complementa con el *texto* de la publicación que invita a etiquetar al suegro. En primera instancia, una imagen de este tipo es el claro ejemplo de la necesidad de identificación con la referencia, ya que si la persona que ve la publicación no conoce el árbol y la creencia –no se encuentra contextualizada–, difícilmente entiende en un primer momento el significado específico del mensaje que la publicación trata de dar (ver apartado 2.3.3). Sin embargo, uno de los aspectos sobresalientes del uso de *Facebook* es la posibilidad de retroalimentación. Así, en segunda instancia y dentro de los comentarios de la publicación, puede verse que los seguidores dan una explicación adecuada del mensaje de la publicación, con lo que se concreta el ciclo de entendimiento de la misma (ver figura 37). Esto permite comprender cómo, pese a que no se cuentan con los referentes y códigos adecuados para el entendimiento total de ciertas publicaciones –y sus propios códigos–, la parte colaborativa comunitaria está presente en este tipo de redes, así como el interés de los seguidores por poder entender adecuadamente lo que se publica (léase fragmento 12); esto es otro es los elementos fundamentales en una comunidad de práctica virtual, donde se busca la colaboración y las interacciones informativas y simbólicas que permitan un entendimiento más adecuado. Por ello, la ciber-región de estudio comprende este tipo de afiliaciones que permiten la comunicación y los intercambios constantes entre los miembros como la base de su formación y de las constantes vinculaciones entre el mundo virtual y el mundo físico, tal como se aprecia en el esquema de nuestra ciber-región chiapaneca.

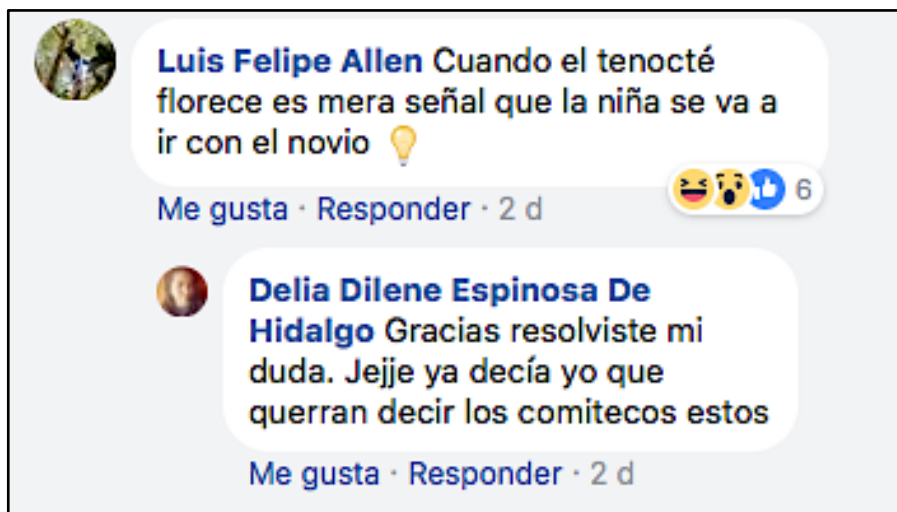
Así, dentro de las afiliaciones simbólicas, se encuentran elementos referentes a prácticas sociales, acontecimientos sociales, creencias y costumbres, que son tomados en ciertos momentos pero que conllevan una forma de reconocimiento en el bagaje social y cultural de los chiapanecos.

---

<sup>27</sup> Árbol frondoso de flores blancas que florece en primavera y que es tradicional de la ciudad



**Figura 37:** Sobre dicho de Comitán. Captura de pantalla de publicación tomada de la página Arriba el Cotz. Marzo de 2018.



**Figura 38:** Aclaración de seguidor sobre la publicación. Captura de pantalla de comentarios de publicación tomada de la página Arriba el Cotz. Marzo de 2018.

**Seguidor5CosasC**

*¡A veces suben contenidos de municipios que yo no conozco y pues me quedo con la curiosidad de saber que quieren proyectar incluso pues veo los comentarios para tener mas o menos una idea de lo que están hablando!*

**Fragmento 12:** La colaboración grupal con los contenidos que se publican. Testimonio tomado de entrevistas a seguidores. Diciembre, 2018.

Además de los aspectos simbólicos que han sido abordados por las páginas en sus publicaciones, aparece con frecuencia la comida. Las referencias a la gastronomía chiapaneca son constantes en los diversos contenidos que producen estas páginas. Así, se gesta un reconocimiento e identificación de y con los alimentos chiapanecos, que a su vez, propician la participación de los seguidores mediante diferentes comentarios y reacciones. En la figura 39, se presenta una especie de infografía con los diferentes tipos de comidas tradicionales de ciertos lugares en el estado de Chiapas, donde se da el nombre del platillo y el lugar de donde proviene. Esto puede también representarse como la comida más común de cierto de lugar. Así, a grandes rasgos, se hace una panorámica gastronómica del Estado, que permite a los seguidores conocer el origen territorial de ciertos platillos chiapanecos; y también invita a más usuarios a dar otros nombres de platillos de diferentes lugares que no son mencionados. De este modo, las personas crean una afiliación con los alimentos por el gusto al consumirlos y/o hacerlos; y, por consiguiente, identifican el elemento y crean un lazo referencial (véase 2.3.3) donde existe la participación social compartiendo un elemento común pero con características particulares. Así, como parte de la pertenencia regional, cada persona demuestra primero una identificación con las significaciones y su entorno próximo, lo que les permite interactuar con la misma página donde se publica y con otros miembros de la ciber-región de estudio, tal como se expresan los intercambios en la propuesta esquemática de la región de estudio (ver apartado 3.5) y como sucede en una comunidad de práctica virtual (ver 2.4.3).





**Figura 39:** El Atlas de la comida chiapaneca. Captura de pantalla de publicación tomada de la página Qué pué vos. Marzo de 2018.

Si bien, ya se ha hablado sobre cómo los seguidores de las páginas reaccionan a las publicaciones y se genera una identificación; también es relevante abordar el punto de su percepción. Muchos de ellos están conscientes de lo que implica hallar referencias simbólicas en los contenidos y la oportunidad de crear un vínculo hacia lo que se presenta en pantalla. Siempre hay una afiliación a estos símbolos o signos que remiten a un contexto o una situación particular cercana al usuario (véase apartado 2.6.2). Se resalta la importancia de elementos como la comida y las tradiciones, dándole mayor interés sobre otros elementos que también generan afiliaciones e identificación (léase fragmento 13), donde se sigue manteniendo la importancia del sentido de pertenencia por los seguidores y la constante vinculación (ver figura 4) de los mundos físico y real (ver apartado 3.2.1).

**Seguidor15QPV**

*Pues sí, me identifico con varias publicaciones por los lugares que conozco o cosas que son tradición de ahí 😊.*

**Seguidor7Cotz**

*De Chiapas, muchos como en muchos estados cada uno de ellos tiene su cultura, su música, gastronomía, tradiciones y fiestas  
En comida va de acuerdo a cada municipio, por ejemplo el pozol, el cochito horneado, los tamales, en lugares turístico como San Cristóbal, Comitán, palenque, música como la marimba, los trajes regionales elaborados a mano y sus diferentes grupos étnicos que hay en el estado.*

**Seguidor1CosasC**

*El pozol, el cochito, El de coyol, El. Jocote curtido, El nanche, Turulete, La melcocha. Ahorita ando de vacaciones en Ocosingo, así que le ando atorando a todo.*

**Fragmento 13:** Elementos identitarios chiapanecos. Testimonios tomados de entrevistas a seguidores. Diciembre, 2018.

Esto evidencia cómo los seguidores tienen pleno conocimiento compartido sobre elementos identitarios de Chiapas, los cuales están presentes en su construcción sociocultural referencial. Todo lo que ocurre en su mundo físico y que tiene un valor o una importancia emocional o cultural, tendrá un lugar importante también en su mundo virtual, donde *Facebook* tiene parte de su tiempo y dedicación como parte de sus intereses virtuales (apartado 2.3.1). Así, es necesario resaltar que dentro de cada entorno en donde una persona está inmersa y participa, le acompañan siempre los diversos momentos y prácticas de su vida cotidiana. Lo cultural enmarca y acompaña en situaciones y usos; y esto se convierte en cibercultura, promovida por una mediación tecnológica, tal como lo advierte Fernando Broncano (2018) al afirmar que:

Las formas sociales como la familia, las comunidades en entornos próximos, la ciudad y la ciudadanía, son sin duda los marcos en los que un cuerpo llega a ser persona, pero ese marco, a su vez, lo hace posible la cultura material: los alimentos que recibimos (...), las letras que aprendemos, las películas que abren nuestros imaginarios, las noticias frente a las que reaccionamos, las expectativas de consumo y los deseos con los que fabricamos nuestros planes de vida. Los marcos sociales existen también en una mediación tecnológica (p. 49).

---

Luego entonces, se da una convergencia de elementos simbólicos que pueden ser o no materiales, pero que generan una representación sociocultural en las personas al momento de acercarse a consumir información que las publicaciones contienen. Así, las afiliaciones simbólicas que se propician en las páginas de *Facebook* estudiadas son productos de una identidad chiapaneca de los administradores que está constantemente manifestándose a través de la producción de contenidos a los cuales los seguidores le encuentran un sentido y por consiguiente, le encuentran una significación importante al momento de elegir estos contenidos (ver figura 6); y por consiguiente, generar interés constante. Sin embargo, no solamente podemos encontrar afiliaciones simbólicas, sino también aquellas relacionadas al territorio o elementos de origen de las personas (ver apartado 3.2.2). Por ello, en el siguiente apartado se revisan las afiliaciones territoriales halladas en este estudio.

### **5.3.2 Afiliaciones territoriales**

Como parte del reconocimiento de la vinculación de las personas con el estado de Chiapas a través de *Facebook*, aspectos vinculados con una pertenencia territorial ocupan igualmente un lugar importante como un constituyente identitario, ya que esta dimensión es constantemente reconocida al aludir a elementos de origen y/o residencia o factores turísticos de atractivos naturales. De esta forma, se generan afiliaciones territoriales que son importantes porque demarcan una conexión con un espacio físico, donde los elementos simbólicos – que también son parte de las afiliaciones vistas en el apartado anterior–, encuentran un repositorio y le dan aún más contexto a su significado.

Primeramente, la producción de publicaciones que abordan aspectos territoriales es también común dentro de los contenidos estudiados. Este tipo de publicaciones van desde enaltecer las bellezas naturales del Estado, hasta hacer una vinculación simbólica hacia un lugar; o destacar la importancia o reconocimiento de ciertos espacios físicos. Esto genera en los seguidores una

---

pertenencia territorial que se manifiesta en el reconocimiento de lugares específicos; en enaltecer sus características; en la difusión y persuasión para visitarlos; y en el orgullo por ser el lugar origen y/o residencia; esto es, una vinculación de su realidad física con el mundo virtual (ver figura 4).

El estado de Chiapas es constantemente reconocido como un lugar que cuenta con varios atractivos turísticos, por lo que es común resaltar la importancia de esta situación. En este tipo de publicaciones es casi necesario utilizar fotografías editadas de los lugares y otros elementos que permitan referenciar el mensaje que busca darse. En el caso de la figura 40 y 41, la idea es demostrar el impacto visual que tienen los lugares turísticos. La figura 40 hace mofa de una cara de impresión al ver una cascada y resaltando el mensaje tanto del *texto* de la publicación como de la misma imagen. Este tipo de publicación crea dos diferentes tipos de respuesta por parte de los seguidores: por un lado, las que reafirman el mensaje presentado, que generalmente son personas originarias del Estado; y, por otro lado, gente de fuera que reafirma el hecho o bien, que tienen la intención de conocer el lugar y por eso se vuelve un plus al atractivo que tiene Chiapas (ver fragmento 14).

Así, se demuestra la constante de vinculación territorial en la conformación regional, donde se pueden distinguir los aspectos previamente mencionados (ver apartado 3.2.2), sobre las implicaciones del territorio no tanto por lo físico/geográfico, desde una relevancia y afiliación simbólica de origen y pertenencia aunado a la identidad territorial, sin importar el lugar desde donde se manifiesta o desde donde se producen contenidos relacionados a esta afiliación (ver apartado 3.2.3), sino que se destaca las implicaciones socio ciberespaciales generadas (ver figura 41).



**Figura 40:** Sobre visitar Chiapas por primera vez. Captura de pantalla de publicación tomada de la página Qué pué vos. Mayo de 2018.



**Figura 41:** Sobre visitar por primera vez San Cristóbal de las Casas. Captura de pantalla de publicación tomada de la página Cosas de chiapanecos. Agosto de 2018.

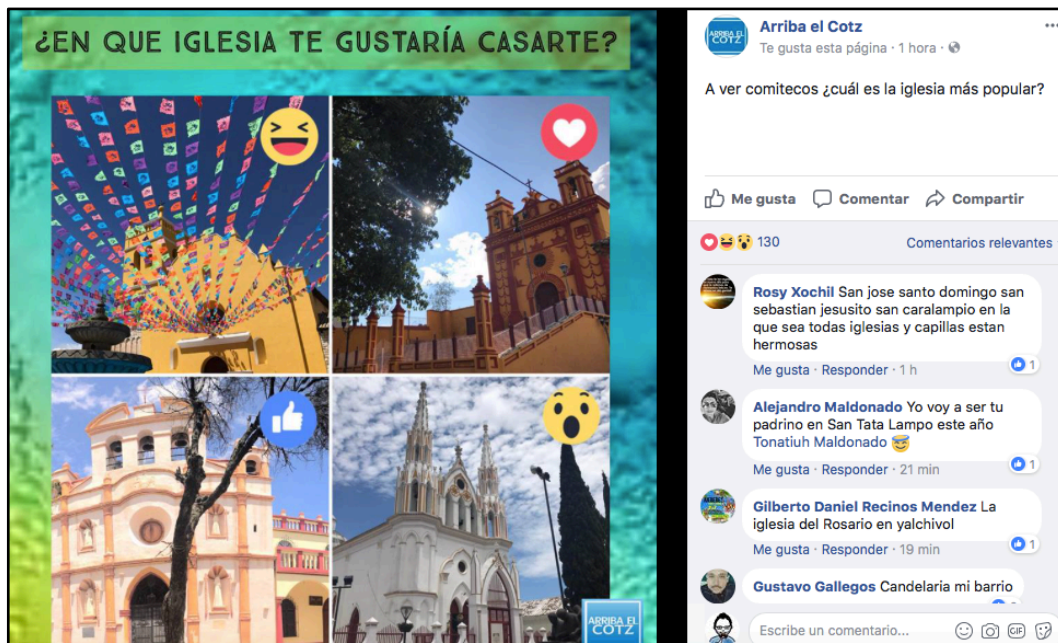
**Admon4QPV**

*los extranjeros vienen a sancriis aparte de, por el pueblo vienen a ver cómo vivimos como sociedad. Igual los de otros estados les llama la atención nuestras costumbres. En el norte ya perdieron esa chispa.somos ricos en tradiciones y costumbres. Los chiapanecos los sabemos y lo presumimos.*

**Fragmento 14:** Sobre las publicaciones de las páginas de *Facebook* chiapanecas. Testimonio tomado de entrevistas a administradores. Octubre, 2018.

Sumado a esto, como parte de la significación que puede tener cierto espacio físico para una persona, es necesario tener un referente inmediato que pueda contextualizar y darle los elementos necesarios para entender adecuadamente lo que consume en diferentes momentos en *Facebook*. Quienes están familiarizados/contextualizados en un espacio físico y tienen mayores referentes, pueden darle una interpretación más clara (ver apartado 2.3.3) a lo que tienen en pantalla. Si bien, es común hallar intervenciones por parte de muchos seguidores (ver figuras 37 y 38), no siempre se trata sólo de interpretaciones conceptuales, sino que requieren una contextualización más adecuada. En las figuras 42 y 43 es posible apreciar este tipo de contenidos donde es necesario tener más referentes que permitan comprender mayormente el mensaje, sobre todo cuando no hay demasiado texto que permita contextualizar más (ver figura 42). Así, muchas veces, también el diseño de alguna publicación, es fundamental para la significación adecuada, pero nuevamente, debes ser acompañado de la contextualización que el seguidor debe tener para poder comprender mejor los significados de dicho mensaje.

De esta forma, parte de la construcción sociocultural individual, sigue siendo un elemento fundamental para la completa referenciación de contenidos en *Facebook*, lo que se manifiesta en intercambio de significados comunes dentro de una comunidad virtual que está unida a través de la identificación (ver apartado 3.3).



**Figura 42:** Iglesias de Comitán. Captura de pantalla de publicación tomada de la página Arriba el Cotz. Mayo de 2018.



**Figura 43:** Siete Esquinas de Comitán. Captura de pantalla de publicación tomada de la página Arriba el Cotz. Mayo de 2018.

Ambas figuras presentan publicaciones que requieren conocer la ciudad de Comitán o incluso ser originarios del lugar para poder entenderlas. En el caso de la figura 42, es la que requiere mayor cantidad de referentes porque únicamente utiliza fotografías, sin textos y también propicia la participación de los seguidores a través de las reacciones de *Facebook*. Así, los que conocen las iglesias presentadas y sus características, pueden ser parte de un proceso de elección de preferencias. Para la figura 43, igualmente es necesario conocer el lugar llamado como las ‘7 esquinas’, y sirve como un ejercicio descriptivo/explicativo, sin embargo, la posibilidad de retroalimentación de los seguidores, genera crítica de la denominación e incluso, algunos abundaron más en la descripción del lugar, esto es gracias al sentido de pertenencia local generado con los seguidores y llevado a *Facebook* (ver apartado 3.3). Este tipo de publicaciones generan interés y ayudan a lograr mayor interacción con los seguidores (véase capítulo 2.3.3).

Y es que, el punto de vista de los usuarios que consumen los contenidos en *Facebook* es muy importante al momento de la creación y el acercamiento a las publicaciones. Varios de ellos destacan los elementos turísticos y territoriales como aspectos relevantes identitarios chiapanecos. Al abordar el tema referente a elementos significantes sobre Chiapas en los chats individuales, varios hicieron referencias a lugares turísticos, donde mencionan el gusto por este tipo de publicaciones o bien, pueden resaltar nombres específicos de lugares o bien, el vínculo emocional por el origen de los mismos, lo que crea una afiliación territorial chiapaneca, tal como se aprecia en los siguientes fragmentos de entrevista:



**Seguidor16Memes**

*Cañon del sumidero, parque de la marimba, el cristo de copoya, Puerto arista, Puerto madero*

**Seguidor5CosasC**

*- Las que muestran la belleza de Chiapas como sus lugares turísticos o sus comidas típicas son cosas que me llaman la atención.  
- Hay lugares o personajes que valen la pena que se den a conocer habemos muchos chiapanecos que no conocemos todo Chiapas y ver estas páginas nos ayudan a ver o saber como son los demás chiapanecos!*

**Seguidor6Cotz**

*La diversidad es el mayor distintivo de Chiapas y debería serlo del mundo. Empero, soy Chiapaneco por querer la tierra donde crecí.*

**Fragmento 15:** La importancia de las publicaciones que abordan al territorio. Testimonios tomados de entrevistas a seguidores. Diciembre, 2018.

Los seguidores encuentran en los elementos territoriales aspectos identitarios que les permiten tener una afiliación, reconociendo la importancia que los espacios físicos tienen para la construcción de su contexto cultural (ver apartado 3.2)., tal como afirma Giménez (2007) cuando explica que: “el territorio puede ser apropiado subjetivamente como objeto de representación y de apego afectivo, y sobre todo como símbolo de pertenencia socio-territorial. En este caso los sujetos (individuales o colectivos) interiorizan el espacio integrándolo a su propio sistema cultural” (p. 130). Así, continúa gestándose una relación entre el mundo virtual y el mundo físico tanto de quien produce contenidos para *Facebook* –como lo son los administradores– como de sus seguidores que están creando una afiliación basada en ese reconocimiento de su contexto próximo socio cultural (ver figura 4).

Si bien, quizá lo turístico no necesariamente es un aspecto identitario directo, si está posicionado en la mente de los seguidores, quienes lo mencionan como elementos característicos de Chiapas y por consiguiente, asumen la importancia y la distinción con otros Estados o lugares “a través del proceso de socialización los actores individuales interiorizan progresivamente una variedad

---

de elementos simbólicos hasta llegar a adquirir el sentimiento y el estatus de pertenencia socio territorial” (Giménez, 2007, p.132). Esto se refleja como elementos primordial en la constitución regional al momento de mostrar gusto e interés por contenidos que significan y con los que crean lazos identitarios, toda vez que son parte de su construcción sociocultural al momento de pertenecer a una comunidad virtual con elementos comunes distintivos (ver figura 6). Esa pertenencia territorial es entendida entonces como la afiliación que se crea a través de la presentación de elementos territoriales en *Facebook*.

### **5.3.3 Afiliaciones lingüísticas**

Otro de los elementos más abordados en las publicaciones y recurrente en el discurso de los participantes en el estudio, son los aspectos lingüísticos. Específicamente, los diferentes usos de la lengua son un representativo de Chiapas. Así, en las publicaciones se han hecho algunas adaptaciones y adopciones lingüísticas y son reconocidas en gran medida por los mismos chiapanecos.

Ha sido común encontrar en las publicaciones y en las entrevistas, uso de palabras, frases o modificaciones al lenguaje que son característicos de la gente de Chiapas. Por ello, parte de la labor de entendimiento y reconocimiento de los chiapaneco en *Facebook* tiene que ver con esto. En varias de las entrevistas mencionaron a los modismos<sup>28</sup> como característicos del estado, por lo que se considera que este tipo de palabras son de uso común entre las personas de esta región. En el seguimiento de las publicaciones, fueron muchas las que hacen referencia a elementos lingüísticos. Realmente es grande la importancia que tienen las adaptaciones de la lengua en el Estado, esto es por los diferentes grupos étnicos y sus respectivas lenguas que aportan elementos muy particulares para enriquecer el español chiapaneco; pero también, existe una

---

<sup>28</sup> La RAE define el término modismo como: Expresión fija, privativa de una lengua, cuyo significado no se deduce de las palabras que la forman.

---

mezcla entre el español, lenguas indígenas, anglicismos y modismos de Centro América, dada la frontera sur y la vecindad con Guatemala. Así, las formas de uso y el reconocimiento de palabras y frases son fundamentales para entender los mensajes que se explicitan en las publicaciones, así como para la identificación chiapaneca (ver apartado 2.6.1).

Las publicaciones de este tipo, usan palabras propias de Chiapas y buscan además que se resalte esa importancia que tienen en la cotidianidad de las personas. Así, es común hallar publicaciones como la de la figura 44, donde además de ser un diseño personalizado de la misma página, hay un juego de sopa de letras que invita al seguidor a interactuar con la misma. A su vez, persuaden al seguidor para hallar el mayor número de palabras ocultas que están vinculadas a modismos o bien, a elementos que son propios del habla de Chiapas. Dentro de los comentarios hay quienes mencionan las palabras halladas y también quien resalta el conocimiento de las mismas, afirmando que está ‘orgulloso de ser de Chiapas’. Esto también representa dos cuestiones dentro de la configuración regional que este trabajo construye: la primera, que poder significar los contenidos en *Facebook*, requiere un conocimiento y contextualización que son parte de la formación socio cultural de las personas dentro de su mundo físico y que es constantemente llevado a la virtual y viceversa (ver figura 4); la segunda, es evidente la necesaria participación social e interacciones dentro de toda comunidad virtual (ver distribución de interacciones en figura 6).

Por otro lado, se encuentran también publicaciones que reivindican la importancia y diferencia del uso lingüístico en el Estado. En la figura 45 se aprecia una tabla comparativa de palabras con mismo significado pero diferente escritura en el estado de Yucatán y a nivel nacional. El texto de la publicación dice que estos modismos son comunes en el sureste del país. En los comentarios, un usuario menciona que quizá algunas de esas palabras sean incluso más propias sólo de la ciudad de Comitán y no de todo el Estado. Sin embargo, esto es una forma de identificación de origen –territorial–, de modismos y sus significados. Cabe destacar, que esta publicación también fue diseñada

especialmente por la pagina que lo publica, por lo que, se evidencia cómo los administradores reconocen la importancia de la lengua para su labor en *Facebook*. Es importante para ellos generar una identificación y una especie de acercamiento y familiaridad a través del uso de modismos; y eso se expresa en las publicaciones que generan (ver fragmento 16). Tienen claro cuáles son los tipos de publicaciones que tienen un impacto positivo en sus seguidores, por ello la constante de hacer referencias a lo lingüístico y siempre dedicándole tiempo y diseño propio a varias de las mismas. Así, estos están cumpliendo su rol como moderadores de contenidos dentro de la región de estudio (ver apartado 3.5), dando lugar a su importancia como punta del esquema de piramide de nuestra ciber-región funcional chiapaneca (ver figuras 5 y 6).

**Admon1CosasC**

*-El lenguaje es un elemento básico para definirse como chiapaneco. Tenemos muchas palabras que entre mismos chiapanecos conocemos aunque seamos de otros municipios.*

*-Las publicaciones que generan más impacto son los memes con modismos, estos días he sacado una que otra publicación más de cultura y no he visto mucho auge.*

**Admon3Chi**

*-Muchas cosas solo funcionan para el público chiapaneco gracias a nuestra idiosincracia. Se retoman elementos externos o globales pero son como un metalenguaje más, los memes engloban toda una serie de significados que pueden adaptarse a cualquier entorno.*

**Admon2Cotz**

*(sobre los modismos) Algunos negocios han empezado a utilizar modismos después de que vieron el uso en la página de Facebook*

*-Se han creados medios de difusión rescatando elementos lingüísticos de Comitán*

**Fragmento 16:** La importancia del lenguaje al momento de crear contenidos. Testimonios tomados de entrevistas a administradores. Octubre, 2018.

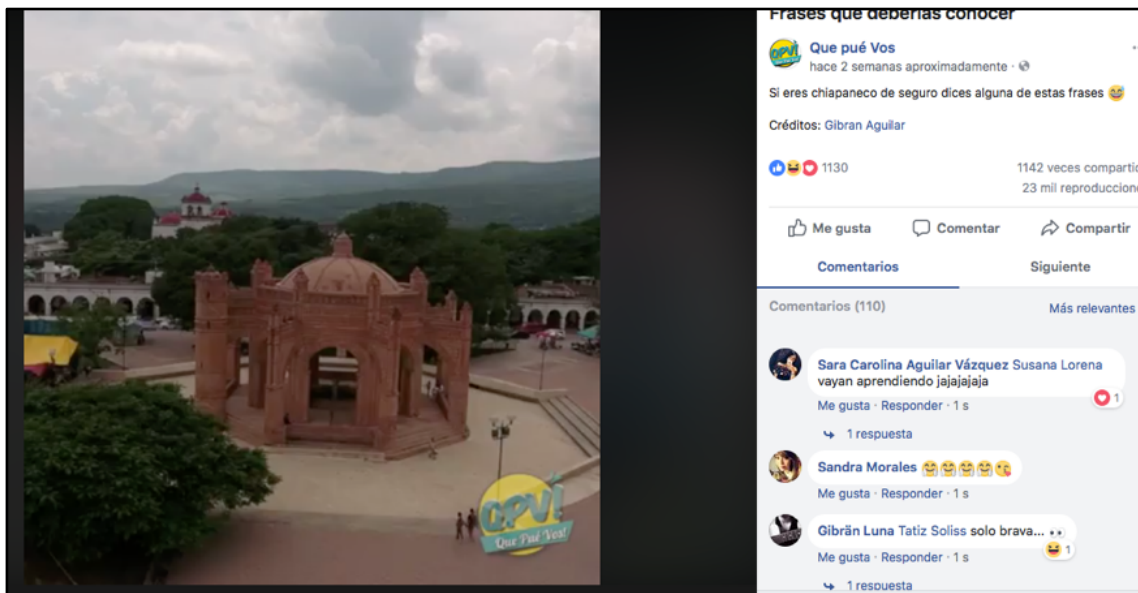


**Figura 44:** Sopa de letras chiapaneca. Captura de pantalla de publicación tomada de la página Qué Púe Vos. Marzo de 2018.



**Figura 45:** Diccionario. Captura de pantalla de publicación tomada de la página Qué Púe Vos. Abril de 2018.

Además de los usos y comparativos que las palabras o frases propias de Chiapas pueden tener en las publicaciones, también la forma en que se presentan es muy importante. En la figura 46, se presenta la captura de pantalla de la publicación que es un video, el cual sintetiza palabras/frases utilizadas en Chiapas. El texto de la publicación hace referencias identitarias donde mencionan que si se es chiapaneco, es posible que se utilicen alguna de esas frases o palabras. Además, utiliza varias imágenes de ciertos lugares representativos del estado, por lo que le da un estilo aún más propio. Cabe destacar que, al ser un video, esta publicación da mayor dinamismo a la audiencia para presentar su contenido. La publicación tuvo una buena cantidad de reacciones y comparticiones y las respuestas en los comentarios reafirman el gusto y éxito de la publicación al apoyar la idea de explicar el significado de las palabras abordadas en el video, lo que nuevamente lleva a entender cómo es la participación de los miembros de esta comunidad de práctica virtual con elementos identitarios distintivos y representativos de la ciber-región que constituyen.



**Figura 46:** Video sobre palabras de Chiapas. Captura de pantalla de publicación tomada de la página Qué Púe Vos. Abril de 2018.

Los seguidores también reconocen al uso del lenguaje en el Estado como un referente por excelencia de la identidad chiapaneca. Además, están conscientes de que es un diferenciador sociocultural, lo que impregna una clara aceptación identitaria al momento de hacer uso de esos modismos o frases. También resaltan la importancia del uso regional o local de dichas acepciones lingüísticas, tal como comentan los seguidores en los siguientes fragmentos:

**Seguidor13QPV**

(Sobre el contenido) *es sobre Chiapas y me gusta saber y conocer mas de Chiapas y de los diferentes municipios ya que no todos los municipios de Chiapas comparten muchas cosas, como por ejemplo la forma de hablar, en el centro de Chiapas es muy diferente al norte y es por ello que sigo estas paginas.*

**Seguidor6Cotz**

*Es comedia local, es decir contextual, ningun regiomontano entiende lo que significa cotz.*

**Seguidor15QPV**

(Sobre la pertinencia de lo lingüístico como elemento identificador) *Siiii obvio y claro que si, es parte de la cultura chiapaneca y que sus modismos y lenguajes etc siempre resaltan aunque sea en forma graciosa que no se pierda eso que los distingue.*

**Seguidor1CosasC**

(Referente el uso de modismos en las redes) *Difilmente en un libro de texto encontrarás palabras como: choto, zoroco, colocó, título, cositia, coletto, chunta, chunco , sule, chito, colochto, mampo.*

**Fragmento 17:** El uso distintivo del lenguaje chiapaneco. Testimonios tomados de entrevista a seguidores. Noviembre, 2018.

Existe un reconocimiento y significación a través de la comprensión efectiva de los referentes y la contextualización del usuario, lo que implica una manera de generar un vínculo identitario con los contenidos: si significa, crea una afiliación; si crea afiliación, entonces identifica, si identifica, hay una construcción de identidad, si construye una identidad; todo esto, siendo parte de una comunidad con aspecto socio culturales similares. De esta forma, es como la identidad chiapaneca es representada en gran medida por los modos y usos

---

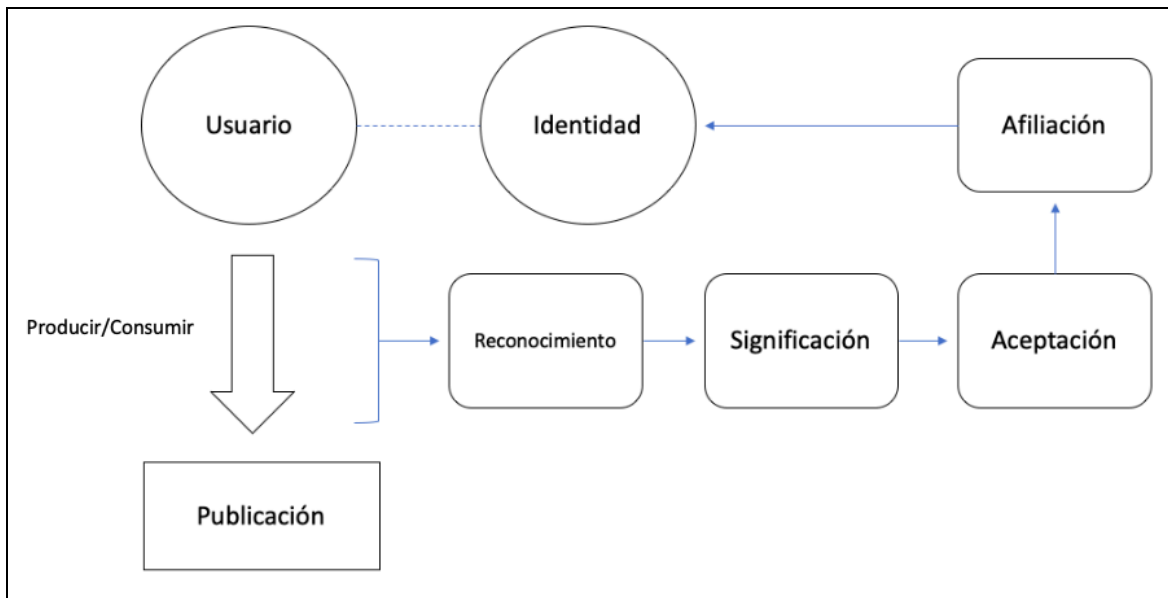
de la lengua acorde a las exigencias y consideraciones socioculturales que se presentan constantemente y que siempre son plasmadas en los diferentes espacios donde las personas se desarrollan. Palabras y expresiones como *vos*, *chito*, *argüende*, *cochi*, *ah burro*, *chucho*, *totoreco*, *cotz*, *coyol*, *cabezota de sule*, *fiero*, *nucú*, *pichi*, *pué*, *miralo*, *velo* –de ver–, *vonós*,  *echar trago*, *talega*, *colochó*, *mampo*, y muchas otras, son utilizadas comúnmente en estas páginas y sus publicaciones y lo mismo ocurre en los comentarios de los seguidores.

Es importante retomar la reflexión sobre cómo el mismo ciberespacio puede producir sus propias adaptaciones lingüísticas que también se mezclan con las establecidas colectivamente (ver apartado 2.6.1). Así, el uso de reacciones, emoticones, de *emojis*, de *stickers*, de *gifs*, y más, son elementos que se han adaptado al lenguaje visual de *Facebook* y permite nutrir aún más la información que es consumida en la red. Es común que la gente oprima la opción de ‘me divierte’ en vez de colocar un comentario con risa, o bien, comentar un emoji de risa únicamente. Por ello, lo virtual cobra gran importancia para el mantenimiento, compartición y reproducción de elementos lingüísticos identitarios adaptándose a las diferentes permisiones que la red otorga, pero manteniendo la esencia de lo chiapaneco como aspectos identitarios en los usuarios de la red y lo finalmente, también es una distinción de la complejidad que implica una comunidad virtual. Entonces, al hablar de nuestra ciber-región funcional chiapaneca, demarcamos que ésta implica una comunidad de práctica virtual (ver 2.4.3) con aspectos identitarios chiapanecos que comparten elementos lingüísticos y significaciones en diferentes flujos de información (ver 3.4).

De esta manera, las manifestaciones de la identidad chiapaneca en *Facebook* se hacen presentes a través de diferentes afiliaciones y entendimientos que el usuario tiene en su marco referencial cultural y con los cuales está constantemente en contacto. Sucede entonces que en estas páginas, muchos de los contenidos son creados con base a una identidad chiapaneca por parte del administrador, que le otorga elementos simbólicos, territoriales y lingüísticos, de los cuales, el usuario, para poder entenderlos, debe estar contextualizado social



y culturalmente (ver apartado 2.3.2), así como debe conocer los referentes simbólicos y las apreciaciones lingüísticas que pueda llevar consigo el mensaje, lo que la genera una afiliación y la posterior formación identitaria a través de su consumo (véase esquema 2).



**Esquema 2:** Comprensión de publicaciones en *Facebook*. Creación propia con base a análisis de las manifestaciones identitarias chiapanecas en *Facebook*.

Por ello, para entender cómo estas afiliaciones cobran sentido para el seguidor en el momento de asumir una identidad chiapaneca, es necesario enfatizar la importancia de la relación entre los contenidos y el consumo, lo que se revisa en el siguiente apartado, donde se analiza cómo es esta vinculación y los alcances que puede tener.

#### 5.4 Vínculos entre contenidos y consumos

Entre los elementos relevantes al momento de consumir algo en *Facebook* se encuentra: la comprensión del contenido, esto es, que las publicaciones tengan

---

significados comunes de lo chiapaneco; más, el humor o contenidos de entretenimiento y diversión. Este tipo de publicaciones produce un rescate cultural a través del manejo de contenidos locales, de temas de interés público y de un reflejo de vida cotidiana. Así, actualmente *Facebook* es determinado como espacio de interés público por la información que contiene, las formas de entretenimiento que maneja, pero a su vez por la relevancia como un medio de mantenimiento y difusión cultural, social y política (véase apartado 2.2.2). Ya en el apartado de análisis de afiliaciones simbólicas, referentes a las prácticas sociales, se habían comentado temas sociales, como el caso de los bloqueos carreteros que son parte de la vida social del Estado; pero no es el único, ya que existen otros problemas que son también fuente de creación y de interés para la publicación.

La figura 47 muestra un meme que hace referencia a problemas político sociales que han surgido con alumnos de escuelas normales, insinuando que se altera la estabilidad y tranquilidad social con movimientos estudiantiles que causaron algunas afectaciones. Esto es importante ya que la publicación, si bien se va por el lado divertido, evidencia una situación común respecto a uno de los muchos problemas en el Estado (véase fragmento 18), así como ha sido abordada como un acontecimiento propio de cierto periodo de tiempo. Esto es una vinculación importante de las publicaciones con elementos espacio temporales que tienen una vigencia hasta que puedan repetirse situaciones similares. La constante de reproducir elementos cotidianos y de conocimiento general ayuda a entender entornos y momentos socioculturales ya no sólo de Chiapas, sino del país y/o del mundo. Esto es nuevamente, la asociación de lo global y lo local (ver apartado 3.3) que están siempre en interacción e intercambios simbólicos e informativos dentro de la red y que se vuelven un común denominador de contextualizaciones y de significados compartidos por los miembros de la ciber-región funcional chiapaneca.



**Figura 47:** Sobre movimiento normalista. Captura de pantalla de publicación tomada de la página Qué Pué Vos. Agosto de 2018.

**Seguidor9Chi**

*Destacan las cosas buenas de ser chiapaneco y también con los memes dan a conocer problemas del estado para que los notemos como es el caso del meme del semáforo y los niños trabajando que es una situación que se viven aquí y en muchos estados.*

**Fragmento 18:** Opinión sobre los contenidos de vida cotidiana. Testimonio tomado de entrevistas a seguidores. Diciembre, 2018.

Además de los aspectos problemáticos sociales y políticos, también hay elementos de la vida de las personas que son abordados por las publicaciones a modo de ejemplificar o crear reflejos de la cotidianidad. Este tipo de contenidos, proporcionan al seguidor un marco referencial que puede o no encajar en el suyo, ya que debe haber compartido el significante para entenderlo; sin embargo, también hay otro tipo de elementos como las frases que menciona, que pueden ayudar a crear un vínculo de otra forma (ver apartado 2.6.2). Al respecto, la figura 48 retoma una situación común en un mercado chiapaneco, donde se combinan diferentes prácticas y situaciones sociales, muchas vinculadas con la cultura y con la lengua en uso.

Así, este tipo de publicaciones genera con los seguidores una relación apegada a vivir situaciones o acontecimientos comunes que permiten entender su contexto sociocultural de manera más directa y en constante presencia en diversos momentos. Cabe destacar de esta publicación, que es un diseño particular de la página, por lo que se reafirma la dedicación e interés del administrador por mostrar contenidos más originales y atendiendo a vinculaciones locales en sus creaciones, desarrollando un papel de moderador dentro de la comunidad virtual (ver apartado 2.4.3). La parte social es muy relevante para entender los contextos y situaciones generales con los seguidores.

Por ello, no sólo hay interés por buscar situaciones comunes, sino también a personas o personajes que son parte del entorno social y que pueden ser identificados cuando existe una contextualización más local. Así, las publicaciones siguen la línea de dar cabida a referentes locales, donde, tanto los que producen como quienes consumen, deben tener conocimiento de dichos referentes para poder interpretar cabalmente el significado de la publicación; en caso contrario, el mensaje que se intenta comunicar es limitado de alcance o totalmente nulo, dependiendo de la situación del receptor.

La figura 49 es ejemplo de esto, donde se presentan diferentes personajes conocidos en Tuxtla Gutiérrez; y se invita a definir quién es el favorito a través de las reacciones de *Facebook*. Para quienes son de la ciudad quizá sea más sencillo identificarlos y poder ser parte de la interacción; sin embargo, quienes no están contextualizados, definitivamente su participación puede estar limitada o debe ser construida a través de la deducción, sin que pueda ser efectiva. La importancia de lo social en *Facebook* queda evidente en publicaciones de este tipo que realzan a personas conocidas en entornos locales (ver fragmento 19), lo que nos remite a la contextualización de lo glocal (ver apartado 3.3) pensando en los alcances de las publicaciones a través de las adaptaciones y el significado que puede generarse con estas, así como la posición que cada participante genera a través de sus marcos referenciales más próximos.

Además de los ejemplos que se han expuesto, hay una diversidad de temáticas que son abordadas en las publicaciones que se han convertido en

comunes y muy constantes, por lo que, en el siguiente apartado, se analizan las temáticas más concurridas en la producción de contenidos y la estructuración de los mismos.

**Seguidor7Cotz**

*En chiapas existen muchos modismos diferentes, esto va dependiendo de la zona en que uno esté. Quizá si comprendemos más lo de nuestra zona Si se busca claro se encuentra, he visto páginas de fb en las cuales son informativas y culturales y hablan sobre nuestro estado*

**Fragmento 19:** Cómo los seguidores ven los contenidos de las páginas chiapanecas. Testimonio tomado de entrevistas a seguidores. Noviembre, 2018.



**Figura 48:** Sobre visitas a mercados en Chiapas. Captura de pantalla de publicación tomada de la página Chiapanecote. Agosto de 2018.



**Figura 49:** Personajes de Tuxtla. Captura de pantalla de publicación tomada de la página Memes del Chito. Febrero de 2018.

---

### 5.4.1 Contenidos temáticos

La mayor parte de los contenidos está enmarcada dentro de un contexto de humor y diversión, siendo, como ya se han mencionado anteriormente, los memes –de diferentes temáticas– los que ocupan aproximadamente un 80% del total de las publicaciones en estos espacios. El resto de los contenidos corresponde a publicidad, infografías sobre Chiapas, reseñas, acontecimientos o eventos, noticias y servicios sociales. Todos, desde miradas locales, estatales, nacionales y mundiales, haciendo las diversas fusiones de significantes que ayudan a crear publicaciones con varios referentes. De esta manera, entre las temáticas más recurridas se encuentran la identidad chiapaneca, *Facebook* como espacio de información y vida cotidiana y prácticas sociales. Revisemos cada una de ellas.

Sobre de **la identidad chiapaneca**. Esta temática aborda elementos de identificación con referentes a Chiapas y que son los que demarcan las afiliaciones ya especificadas en apartados anteriores (ver 5.3.1, 5.3.2 y 5.3.3). Así, hallamos diversos símbolos y signos sobre lo chiapaneco, donde se rescatan muchos elementos sociales y culturales de la vida en el Estado (fragmento 20), que incluye aspectos como el territorio, el lenguaje, creencias, gastronomía, tradiciones y turismo, todos estos enmarcados dentro de una ciber-región funcional (ver apartado 3.5) donde los miembros interactúan con los contenidos que abordan estos tópicos señalados por el interés que les propicia. Estos temas son de los más gustados y permiten evidenciar los aspectos identitarios de los administradores de las páginas, ya que, por un lado, es necesario tener los referentes para el diseño de los mismos; y por el otro, si están interesados en generar este tipo de contenidos, es muestra de su amor al estado y de la reafirmación de identidad chiapaneca, ya que, de alguna forma, buscan un rescate cultural en sus creaciones (ver figuras 50 y 51). A la vez, se establece la condición de moderadores de la comunidad de práctica virtual que establece la ciber-región de estudio, dado que se encargan de producir para generar

interacciones a través del rescate de significantes y referentes del mundo físico (ver figura 4).

**Admon3Chi**

*socialmente creo que en Chiapas Facebook aún mantiene un peso importante en cuanto difusión de noticias e información con todo lo que eso implica, culturalmente creo que también o por lo menos de manera interna (es decir entre gente del estado).*

**Fragmento 20:** La importancia de los contenidos en *Facebook*. Tomado de entrevistas a administradores. Octubre, 2018.

Por otro lado, **Facebook visto como un ciber espacio de información**, provee diversos formatos para presentar contenidos (ver apartado 1.3), lo que permite interacciones de diversa índole entre los miembros de la ciber-región funcional chiapaneca, dado que están hecho para diferentes gustos y con diversos significantes socio culturales que permiten abordar las temáticas ya mencionadas (ver fragmento 21). Estos formatos, en orden de presencia, los explicamos a continuación:

- Imágenes. Los memes se ubican como una dimensión humorística, por lo que es necesario decir que la información que contienen, si bien es relacionada al entretenimiento, también cargan diferentes referentes culturales. A la vez, se producen imágenes de fotografías, algunas editadas, otras originales, sobre diferentes situaciones o acontecimientos en ciertos lugares en particular (Figura 51).
- Videos. Los videos son editados y trabajados para cada página. Algunas veces comparten de otras páginas o de algún perfil particular, pero son videos que puedan generar un interés colectivo, muchas veces ligado a elementos sociales o de diversión (Figura 52).
- Publicidad. Generalmente promocionales sobre negocios y eventos locales. Algunos son pagados y otros difundidos gratuitamente porque son promocionales de giro cultural; pero todo se comparte de forma gratuita.



- Textos. Publicaciones que implican texto únicamente. Generalmente son preguntas o alguna reflexión, observación o comentario sobre algún tema en particular.
- Notas. Es escaso y va en desuso, pero existen algunas notas referentes a temas de interés general o bien, sobre reflexiones u opiniones, sobre todo son de tiempo atrás.

**Admon4QPV**

*Yo utilizo face como fuente de información para crear cosas, mientras más vea y observe más contenido puedo crear. Veo tendencias de que estan hablando, imágenes posicionadas, como empresas manejan su publicidad, diseños, actualizaciones de Facebook de las herramientas nuevas que te da*

**Admon3Chi**

*Facebook permitió a las personas reconocer algunos aspectos de su cultura o historia y comoartirlo para caer una especie de ciclo. Por nuestra parte podría decirse que hay temas recurrentes que siempre conectan con ellos y siempre son relacionados a la cultura pero siempre y cuando reflejen hechos de la sociedad o realidad.*

**Fragmento 21:** *Facebook como espacio informativo. Testimonios tomados de entrevistas a administradores. Octubre, 2018.*



**Figura 50:** Pecados pozoleros. Captura de pantalla de publicación tomada de la página Chiapanecote. Febrero de 2018.



**Figura 51:** Examen de amistad con elementos chiapanecos. Captura de pantalla de publicación tomada de la página Memes del Chito. Febrero de 2018.



**Figura 52:** Sobre acontecimiento en calle de San Cristóbal. Captura de pantalla de publicación tomada de la página Qué Pue Vos. Septiembre de 2018.



**Figura 53:** Video sobre dos personas de Comitán. Captura de pantalla de publicación tomada de la página Arriba el Cotz. Octubre de 2018.



**Figura 54:** Cosas pal susto. Captura de pantalla de publicación tomada de la página Qué Púe vos. Mayo de 2018.



**Figura 55:** Sobre resbaladilla en Rancho Nuevo. Captura de pantalla de publicación tomada de la página Qué Púe vos. Marzo de 2018.

---

Por otro lado, sobre la **vida cotidiana y prácticas sociales**, las publicaciones tienen la posibilidad de una empatía más próxima. Muchas de estas son generalmente memes o elementos con referentes locales muy marcados y permiten que el seguidor se identifique pronto con creencias, costumbres y/o lugares comunes, siempre manteniendo la conexión entre elementos globales y locales que generan diversos tipos de construcciones discursivas (ver apartados 2.6.1 y 3.3), tal como puede apreciarse en las figuras 54 y 55. La labor de los administradores es fundamental, por lo que el momento de producir contenidos, se ha convertido en una búsqueda constante de nuevos temas o lo más originales posibles, pese a que utilizan memes que son de conocimiento y construcción global. De aquí la necesidad de adaptación de sus producciones como contenidos más próximos (apartado 2.6.2), acorde a elementos locales y más cercanos a los marcos referenciales de sus seguidores, como ellos mismos también afirman en el fragmento 20. Esto es sinónimo las constantes interacciones y significados compartidos que se dan como parte de una conformación regional (ver apartado 3.1). Los administradores son los núcleos de producción informativa que propician diversas interacciones con las temáticas y referencias socio culturales que dan a sus seguidores (ver apartado 3.5), lo que lleva al reflejo de un sentido de pertenencia y afiliación a estos contenidos propios de la vida cotidiana en el mundo físico de cada miembro de la ciber-región funciona chiapaneca (ver figura 4).

Así, además de que ya hemos conocido los tópicos comunes de los contenidos, es necesario entender cómo se estructuran las páginas donde se gestan dichos contenidos, ya que todas tienen una forma de uso, de presentación y de acercamiento con los seguidores de forma diferente. Así, la vinculación que existe entre las mismas, las coloca como elementos comunes formadores de una región (ver apartado 3.1). Por ello, en el siguiente apartado hablaremos un poco más sobre la estructura de las páginas y sus contenidos.

---

### 5.4.2 Contenidos estructurales

Entender cómo son las páginas que han sido estudiadas en este trabajo es una labor que ha empezado desde antes de iniciar el proceso de tesis, ya que esta investigación tomó sus bases en la experiencia personal del uso de *Facebook* y el consumo de contenidos de las páginas que posteriormente han sido estudiadas. Por ello, a través del proceso de observación de las páginas, se han detectado características particulares de cada una de las páginas y la estructuración de sus contenidos. Si bien, en la descripción del objeto de estudio (ver apartado 4.4) ya se ha hecho una síntesis de cada una de las páginas, aquí se genera un análisis más completo que ayude a reforzar lo anteriormente abordado, para poder entender cómo es la estructuración de contenidos y forma.

- **Cosas de Chiapanecos.** Esta página tenía contenidos que eran en su mayoría compartidos de otras páginas. Después de la entrevista con el administrador de la misma, él comentó que maneja 3 páginas más en *Facebook* y hace un vínculo de compartición entre todas. En la misma entrevista afirmó que ella había un plan próximo de darle mayor peso a contenidos originales de Cosas de Chiapanecos y así lo hizo con el paso de los días. Los temas que publica siguen siendo en gran medida memes sobre cultura, sociedad, política, deportes; y también siguen compartiendo de otras páginas, pero en menor medida, los cuales tienen que ver con clima, noticias locales, nacionales e internacionales, eventos, deportes. Todas sus publicaciones, llevan el logotipo de la página (ver figura 56) –que es también la imagen de perfil–: una carita feliz con una montera de parachico y una jícara con pozol de cacao. La foto de portada, es una imagen del Cañón del Sumidero. Todos, elementos referentes chiapanecos. Al mes de octubre de 2019, la página cuenta con 94,840 seguidores.
- **Arriba el Cotz.** Esta página tiene contenidos originales propios de Comitán, Chiapas y algunos lugares cercanos. El administrador afirma que el proyecto comenzó para poder comercializar espacios de publicidad y así lo hace en la actualidad. Mezcla mayormente elementos publicitarios

locales de Comitán y de Chiapas con contenidos de corte social y cultural, de diversión netamente (memes, cápsulas, sketches), eventos y otros. El logotipo es solamente el nombre “Arriba el Cotz” en colores azul y blanco (figura 57). Destaca que la foto de portada utiliza una caricatura de Belisario Domínguez modernizada, ícono comiteco y chiapaneco. Al mes de octubre de 2019 cuenta con 92,769 seguidores.

- **Memés del Chito.** Esta página maneja en su mayoría, publicaciones de humor (memes en gran porcentaje). Añade el nombre de la página o el logotipo de la misma a sus publicaciones. Con el administrador de esta página hubo acercamiento, pero no accedió a colaborar en la entrevista. Sus publicaciones tienen que ver acontecimientos locales, nacionales e internacionales, memes, videos, muchos de ellos sobre elementos socioculturales propios de Chiapas. El logotipo de la misma es un dibujo caricaturesco de un parachico que suele ir cambiando de diseño en diferentes épocas del año (figura 58). Al mes de octubre de 2019 tiene 180,406 seguidores.
- **Chiapanecote.** La página de *Facebook* Chiapanecote inició como una especie de proyecto estudiantil y su labor desde un inició fue presentar contenidos propios del estado de Chiapas. Al inició eran varios estudiantes de la UNACH quienes la administraban, pero actualmente sólo le quedó al principal. De acuerdo con quien administra esta página, ellos fueron de los pioneros en este tipo de páginas en *Facebook* en el estado. Suben pocas publicaciones mensualmente y se debe a las ocupaciones del administrador, quien no vive actualmente en Chiapas. Los contenidos están relacionados al lenguaje, costumbres, signos y símbolos, acontecimientos, todos de Chiapas. El logotipo es la frase “Soy Chiapanecote” en colores azul y blanco (figura 59). Su foto de portada es también una imagen con el mismo texto y las redes sociales que maneja (*Facebook, Twitter e Instagram*). Al mes de octubre de 2019 tiene 160,357 seguidores.

- **Que pué vos.** Esta página también es originaria de Comitán. Ellos cumplen diferentes labores, entre las que están: publicar contenidos originales como sketches, sondeos, publicidad de negocios locales y eventos. Así como memes y otras publicaciones humorísticas. Ellos generan sus propios contenidos tomando como base elementos locales de Comitán. Su administrador comenzó creando contenido en *Facebook* en otra página, pero posteriormente inició la suya. El logo de la página es el nombre “Que Pué Vos” en colores verde y amarillo (figura 60). Es interesante su portada, ya que es un video con imágenes de Chiapas, donde afirman que buscan generar un rescate cultural, que aman a Chiapas y que es a través del característico humor del chiapaneco. Es la página que tiene mayor producción, ya que son un equipo base de 3 personas y subcontratan a más para hacer diferentes tareas, como video, coberturas, activaciones y otras actividades de marketing. Al mes de octubre de 2019 tiene 377,854 seguidores.

Los contenidos de todas las páginas tienen que ver con elementos chiapanecos en su mayoría. Siempre utilizan símbolos o signos relacionados al estado y buscan la forma de enaltecerlo. La labor de los administradores y demás colaboradores de las páginas –las que tienen más–, se presenta como una forma de rescate sociocultural de lo chiapaneco, que generalmente se va por la vía del humor y las imágenes, pero muchas de éstas necesitan diseño, producción de contenido y tiempo para ser publicadas (ver apartado 2.6.1). Así, para entender la ciber-región funcional chiapaneca, esto es la manera en que la producción de contenidos parte de una formación socio cultural similar de los administradores –productores de contenido– con la de los seguidores, lo que permite una identificación y creación de sentido de pertenencia que cada seguidor encuentra en estas páginas (ver figura 6). Así puede gestarse alguna de las afiliaciones ya mencionadas (ver apartado 5.3) y basadas en sus marcos de referencias y significantes próximos.



De esta manera, en la figura 61 se presenta una versión del billete de 500 pesos con una adaptación de la imagen del parachico como propuesta de una mejor versión de la original que lleva a Benito Juárez y que causó ciertos debates en redes sociales en su momento de aparición. Así, se ve reflejada la necesidad de adaptación de elementos locales a los globales para una mejor significación y contextualización (ver apartado 3.3), sin dejar de lado la enaltecimiento de lo chiapaneco y sus símbolos/íconos representativos con los que el seguidor se identifica.

Por su parte, la figura 62 habla sobre creencias locales. El mal de ojo como una creencia social que se da en los bebés después de que la gente los ve mucho o juega con ellos. Así, creencias y prácticas locales son enmarcadas como algo muy chiapaneco y con lo que la gente está en constante acercamiento por diversas formas, con lo hay una contextualización que cada seguidor ha vinculado desde su mundo físico y con la se encuentra significaciones y un sentido de afiliación para ser partícipe del entendimiento de dicho contenido.

En la figura 63, puede apreciarse la captura de pantalla de un sondeo en video que hicieron personas de la página Arriba el Cotz. Esto es una de las actividades particulares de la *fanpage*, donde suelen acudir a lugares públicos y tener un acercamiento con la gente. Este tipo de contenido se acerca mucho a labores de un medio de información, pero aprovechando un espacio virtual –y de interés constante– como lo es *Facebook*. Además, fomentan el seguimiento con gente local y por ende, el consumo de los contenidos de esas mismas personas con los cuales hay interés, identificación y afiliación por gusto con lo presentado y la forma en que se hace. Sumado a eso, puede apreciarse la apración de publicidad local, que también es otro medio para generar interés en los seguidores. Hay interacción en el mundo real que nuevamente es llevada a lo virtual –acorde a un formato de reproducción audiovisual– y por la atracción que una actividad de este tipo genera con las personas por el reconocimiento de lugares, personajes y/o situaciones de cotidianidad (ver apartados 2.1 y 3.2).



**Figura 56:** Logo de página Cosas de Chiapanecos, tomado de la misma página. Abril de 2019.



**Figura 57:** Logo de página Arriba el Cotz, tomado de la misma página. Abril de 2019.



**Figura 58** Logo de página Memes del Chito, tomado de la misma página. Abril de 2019.



**Figura 59:** Logo de página Chiapanecote, tomado de la misma página. Abril de 2019.



**Figura 60:** Logo de página Que púe vos, tomado de la misma página. Abril de 2019.



**Figura 61:** Billete con Parachico. Captura de pantalla de publicación tomada de la página Qué Púe vos. Marzo de 2018.



**Figura 62:** Lugares donde a los bebés da el mal de ojo. Captura de pantalla de publicación tomada de la página Qué Pue vos. Abril de 2018.



**Figura 63:** Video de sondeo público en Comitán. Captura de pantalla de publicación tomada de la página Qué Pue vos. Marzo de 2018.

Todas las páginas buscan generalmente la originalidad, pero se ha visto que algunas de ellas repiten memes, modificando algunas cosas y/o colocando el logotipo de la mismas. En el caso de Chiapanecote, es la que mayormente crea sus propios contenidos con dibujos y otros diseños. Así, muchas de las

---

publicaciones preservan elementos chiapanecos que son expuestos y enaltecidos por estas páginas. Desde los mismos nombres, utilizan referencias chiapanecas que generan atención en la gente que llega a encontrárselos en *Facebook*. Por ello es necesario entender a la otra parte, la forma en que los seguidores son atraídos por estos contenidos y las preferencias de los mismos.

### **5.4.3 Tendencias/preferencias en el consumo**

Los seguidores de las páginas han marcado un claro interés por los contenidos con referencias chiapanecas. Si bien, como se ha ya revisado, no todo es sobre Chiapas en específico y tampoco es contenido totalmente original, al buscar una contextualización para el consumo, las páginas muestran elementos referenciales adecuados que permiten un mejor acercamiento de su público y del público potencial<sup>29</sup>. Existen elementos específicos que son identificados de forma más general, como referencias turísticas, el pozol, el parachico, la diversidad social, acontecimientos locales y otros más.

En los chats, tanto individuales como en el grupal, los entrevistados fueron específicos en resaltar estos elementos y situaciones como una especie de rescate cultural chiapaneco que este tipo de páginas hacen y de alguna forma lo consideran relevante, ya que incluso mencionaron que en estas páginas hay aspectos que no son abordados en la escuela, como elementos cotidianos, costumbres y tradiciones, el uso del lenguaje y que demarcan formas identitarias del chiapaneco (ver fragmento 22) y que finalmente, representan un interés que el seguidor tiene y que busca satisfacer y a la vez, lo hace vincularse con otros miembros de la comunidad virtual que constituyen. También, los seguidores destacan el interés en lo local como algo con lo cual pueden entenderse los contenidos y que es atractivo para más personas por el humor, el sarcasmo y la sátira (ver apartado 3.3). Esto implica entonces la relevancia del aspecto

---

<sup>29</sup> Publico que puede ganarse a futuro

humorístico como un elemento fundamental en el impacto que una publicación puede tener, ya que pese a haber muchísima información en *Facebook*, los contenidos locales son más próximos a su marco referencial, por lo cual pueden darles una interpretación más idónea y sencilla, englobando cuestiones de su gusto y de su comprensión (ver fragmento 23), o sea, hallan un significado próximo y construyen un sentido de pertenencia que los hace miembros de la ciber-región funcional chiapaneca (ver figura 6).

**Seguidor7Cotz**

*La información cultural de algunos contenidos, de los lugares turísticos y de algunos del humor Chiapaneco*

**Seguidor1CosasC**

*la mayor de la identidad Chiapaneca y su diversidad se encuentra en su vocabulario único, así como sus diferentes acentos. Cosas que solo pueden transmitirse oralmente. Sin embargo gracias a las redes sociales es posible plasmarlas por escrito.*

**Fragmento 22:** Información chiapaneca en *Facebook*. Testimonios tomados de entrevista grupal. Marzo, 2019.

**Seguidor16Memes**

*manejan contenido local, al cual le podría entender a casi todos los memes, porque soy de Chiapas.*

**Seguidor5CosasC**

*él rescate cultural tiene mucho que ver, la mayoría de las paginas están enfocadas en la moda, él sarcasmo, y cosas de interés extranjero que un chiapaneco o chiapanecos tenían que buscar la manera para llegar a mas personas*

**Fragmento 23:** Acerca de los contenidos locales en las páginas de *Facebook*. Testimonios tomados de entrevistas a seguidores. Noviembre, 2018.

En cuestión temática, los seguidores deben adaptarse a consumir lo que cada página presenta, dichos temas han sido explicados ya en apartados anteriores (ver 5.4.1), sin embargo, dentro de esa gama de posibilidades, hay ciertos gustos que son preferenciales para ellos. Es posible pensar que muchas

---

veces un tema en específico no es tan relevante como la referencia que puedan tener, además de que una publicación puede rondar en una o más temáticas, por lo que el seguidor no busca encasillarla como un tema, sino más bien, como un referente de su cultura (véase 2.6.2.1). Esto es importante porque existe una identificación con los contenidos al momento de ser totalmente interpretados, esto se logra de manera simple y atractiva, gracias a lo visual de la publicación y la sencillez de los mensajes (ver fragmento 24). Al respecto, Dondis (2011) considera que es importante la manera en que un elemento visual carga significados que generan estímulos en quien lo percibe:

Mediante la expresión visual somos capaces de estructurar una formulación directa; mediante la percepción visual experimentamos una interpretación directa de lo que estamos viendo. Todas las unidades individuales de los estímulos visuales actúan unas sobre otras creando un mosaico de fuerzas cargadas de significado, pero de un significado especial [...] un significado que puede absorberse directamente casi sin esfuerzo en comparación con la lenta decodificación del lenguaje (p. 171).

En el caso de la estructuración de las publicaciones, se hace una combinación entre imagen y texto y se vuelve más comprensible porque si no significa lo suficiente la imagen, el texto puede completar el proceso de descifrar un mensaje viceversa. A la vez, si esta composición no fuera suficiente, siempre existe la posibilidad de que los otros seguidores, como miembros activos de una comunidad de práctica virtual participante, generen interacciones para explicar o ayudar a comprender a otros usuarios. Este tipo de intervenciones, ayudan a reforzar las interacciones sociales, actividad fundamental de una región.

Otro aspecto relevante al momento de las participaciones, es la forma en que se generan publicaciones que buscan una interacción con los seguidores y que estas logran acaparar la atención de los mismos. Así, los administradores concuerdan en que las interacciones sociales dentro de *Facebook*, son parte fundamental en la preferencia hacia sus contenidos (fragmento 25) y en el desarrollo y crecimiento de estos ciberespacios; por ello, tener contenidos que las impulsen aún más, ayuda a que los seguidores refuercen las afiliaciones que

pueden ir creando con la *fanpage*, sobre todo cuando se le presentan referentes de su marco contextual próximo y que ayuda a enaltecer su identidad (ver apartados 2.3.3 y 3.2.3). En la figura 64, es posible identificar publicaciones de este tipo. En ella, se tiene más texto, pero busca primeramente definir una identidad a través de la significación de referentes sociales y culturales y, por otro lado, crea una interacción al pedir un porcentaje de la identidad que puede tener una persona con base a la suma de elementos identitarios que le presentan.

Con ello, es pertinente mencionar que los seguidores se ven atraídos e interesados en este tipo de contenidos a través de la concepción socio cultural que los acompaña de su mundo físico y que además, los integra como una comunidad de práctica virtual que prepondera a la identidad chiapaneca en todo momento. Sus participaciones hacia con la página y con ellos mismos, representan interacciones que dan vida y cohesión a la ciber-región funcional chiapaneca que aquí se construye gracias al sentido de pertenencia y las afiliaciones que van creando día a día.

**Seguidor12QPV**

*-Pues mas diversión creo.  
- Me siento famirializado  
- me traen muchos recuerdos*

**Seguidor17Memes**

*diría que las publicaciones sobre hechos históricos y cultura del estado, ya que es una forma sencilla de aprender sobre dichos puntos*

**Fragmento 24:** Preferencia, interés y/o gusto en las publicaciones. Testimonios tomados de entrevistas a seguidores. Noviembre, 2018.

**Admon4QPV**

*-Facebook cuenta con algo que se llama “algoritmo” en cual es como te presenta la información en tu muro desde publicidad hasta contenido de amigos y página, cada uno tiene un entorno personalizado de acuerdo a sus intereses. Por lo tanto sabe que te gusta, en donde estas y qué haces. Te da la información que necesitas en tiempo real con la opción de poder interactuar  
- Es un medio de doble vía donde no solo te quedas con l información que te dan sino también das tu punto de vista y vez el de los demás.*

**Fragmento 25:** La importancia de las interacciones en las páginas de *Facebook*. Testimonio tomado de entrevistas a administradores. Octubre, 2018.



**Figura 64:** ¿Qué tan comiteco eres?. Captura de pantalla de publicación tomada de la página Arriba el Cotz. Julio de 2018.

Las interacciones y las referencias socioculturales son una constante en los contenidos que estas páginas manejan. Además, buscan ir ganando más público que comparta, que reaccione, que comente, que se interese por una interacción mayor para ampliar la presencia de la página en *Facebook*. Esta red social, presenta contenidos con base a su consumo, utiliza la misma información que cada persona le otorga para retribuirle contenidos que puedan ser de su interés y que vayan creándole una identidad dentro de la misma, todo basado en sus relaciones sociales, en sus gustos y en sus intereses de consumo y navegación.

El consumo que una persona genera dentro de *Facebook* se convierte en una forma de acercamiento que define identidades y referentes socio culturales. De acuerdo con los seis modelos de consumo (véase apartado 2.2.2) esta forma de hallar identidades en los consumos, se acerca a las categorizaciones 3 y 4, que son, consumo como diferenciación social y consumo con base a grupos



homogéneos de interacción, respectivamente. Así, el consumo genera una diferenciación social en el momento en que cada consumo se divide de acuerdo a la personalización que *Facebook* genera y que, de alguna forma, individualiza lo que cada usuario puede ver en su pantalla. No obstante, esa diferenciación sirve para hallar identidades específicas, en este caso la chiapaneca, representada en contenidos que son significativos para los usuarios y los asumen como parte de su identidad y su presencia en la red. En el caso del consumo con base a grupos homogéneos, existe una colectividad que comparte elementos comunes, entre estos, la ya mencionada identidad chiapaneca. Así, se gesta una presencia común de usuarios chiapanecos con gusto e interés en elementos que representen, que reafirmen o que magnifiquen su identidad a través de espacios virtuales como lo es *Facebook* (ver fragmento 26).

Ambos tipos de consumo, permiten entender la gestación de afiliaciones hacia las páginas y sus contenidos, donde mediante la constitución sociocultural de cada seguidor –y la inseparable vinculación del mundo físico y del virtual–, permitirán entender el proceso de interacciones –flujos constantes–, propio de nuestra ciber-region funcional chiapaneca (ver apartado 3.4)

Así, para poder determinar de mejor manera esos aspectos que involucran la colectividad y la identidad, en el siguiente apartado se hace un análisis acerca cuáles son las significaciones más recurrentes a las que los seguidores dan relevancia.

**Seguidor14QPV**

*Definitivamente, cada persona tiene una identificación de la región de donde viene. Sin embargo, uno va teniendo mezclas por las relaciones interpersonales que se topa en cada etapa de su vida.*

**Fragmento 26:** Implicaciones de las diferentes interacciones que cada seguidor tiene en *Facebook*. Testimonio tomado de entrevistas a seguidores, Noviembre, 2018.

#### **5.4.4 Significaciones en los consumos**

Para los usuarios, una publicación que sea significativa es aquella que tiene un referente. Si tiene un referente adecuado logra generar una representación idónea para lograr interés y por consiguiente un consumo (véase apartado 2.3.3). Esos referentes para el usuario, están en su cultura, en la sociedad, en su vida cotidiana en el mundo físico. Son llevados a lo virtual cuando encuentra contenidos visuales que los identifican y contrastan con su mundo físico. Al haber una significación vinculada a sus referentes culturales, logran interpretar adecuadamente.

Si bien, hay muchos elementos chiapanecos que son claros ejemplos de elementos que significan algo para el usuario, es necesario que tengan un acercamiento más específico, no solamente que cumplan un papel como símbolo identificable, esto es, que pese a que los conozcan y puedan relacionarlo a algo específico como el estado de Chiapas, deben cargar consigo más elementos que les generen una vinculación más directa a su marco contextual, tal como lo expresa Jakobson (ver apartado 2.6.1), por lo que su significación se vuelve más profunda y completa. Mucho de esto va a depender del fondo, la forma y el contexto donde se generan, por lo que es normal y constante las interacciones de lo global y lo local (ver apartado 3.3).

Tomemos como ejemplo uno de los elementos más representativos y mencionados de Chiapas, el Cañón del Sumidero. Éste es identificable a nivel nacional o internacional como un atractivo turístico, pero para el chiapaneco puede representar un símbolo de identidad, un espacio de trabajo, una anécdota, una buena o mala experiencia, un vínculo emocional, familiar o profesional, etcétera. En el momento en que hay una significación de este tipo, se crea una vinculación más idónea y la que puede tener mayor peso en las interpretaciones (ver fragmento 27). Así, al encontrar elementos locales o más próximos a su vida, los usuarios permiten que sea más abierta la posibilidad de vincularse con los contenidos que encuentran en las páginas acerca de lo chiapaneco en *Facebook*.

Para Dondis (2011), lo visual es atractivo, simple y conciso para lo que consumen y cómo lo interpretan:

al igual que el lenguaje, la comunicación visual efectiva debe evitar la ambigüedad de las claves visuales y procurar expresar las ideas de la manera más simple y directa. Las dificultades interculturales sólo surgen en la comunicación visual cuando se recurre a una sofisticación excesiva y al uso de un simbolismo complejo (p. 169).

Muchas publicaciones hacen uso de elementos propios de contextos locales y los expresan de manera directa, con características divertidas para generar mayor empatía y siguiendo también ciertos patrones culturales o hasta estereotipos sociales. La figura 65 presenta una serie de caracterizaciones de la gente de diferentes ciudades de Chiapas con base a estereotipos sociales. Se cuestiona a los seguidores su origen y se les determinan características con base a ello. Dichos atributos asignados son también punto de partida para definir cómo se identifican a los chiapanecos (ver aspectos identitarios en apartado 2.3). Al encontrar contenidos que generan una representación social a través de significados conocidos para el seguidor, es alta la probabilidad de buscar interacciones que le permitan ser parte de la comunidad virtual en donde se genera esta información.

**Seguidor10QPV**

*me he dado cuenta que se comparte desde los temas mas actuales con el humor de chiapas, hasta temas tradicionales de la vida cotidiana con humor*

**Seguidor17Memes**

*Aparte de que las fotos le dan más visibilidad a las publicaciones, pienso que son los modismos los que más llaman la atención ya que no suelen estar en las publicaciones comunes y hacen sentir al lector más identificado con la publicación, al igual con la comida o los lugares ya que son cosas comunes para el lector, e incluso para los chiapanecos que estén en otros estados les recuerda a su lugar de origen*

**Fragmento 27:** Referencias culturales cercanas al seguidor. Tomado de entrevista a seguidor, Diciembre, 2018.

Por otro lado, es también relevante entender cómo otros aspectos relacionados a las cuestiones locales están presentes, donde tales patrones referenciales permiten tener mofas sociales de acuerdo al lugar donde viven, tal como se aprecia en la figura 66, la cual genera cuestionamientos sobre los nombres de colonias y habitantes de Tuxtla Gutiérrez. Esto, para la gente que no es de esa ciudad, quizá es más complicado de darle una interpretación correcta, por lo que buscan en los comentarios explicaciones. Se abordan estereotipos y clasificaciones sociales que son identificables para personas que tienen el marco contextual adecuado de dichas colonias. Nuevamente se evidencia la necesaria y constante participación de los miembros de la comunidad de práctica virtual que permitan ejercer las prácticas e interacciones –con significados compartidos– para lograr entender cómo se constituye nuestra ciber-región funcional chiapaneca, donde los flujos comunicativos dan sentido a la conformación social.

El uso de modismos y de otros elementos propios a lo chiapaneco van relacionando a los seguidores con parte de su entorno físico, el cual se ve referido en las publicaciones y genera interés e identificación (fragmento 28), todo a través de un proceso perceptivo que acompaña al seguidor en todo momento, tal como lo aprecia Dondis (2011) cuando afirma que: “la clave de la percepción está en que todo el proceso creativo parece invertirse ante el receptor de los mensajes visuales, ya se trate de información extraída del entorno o de símbolos susceptibles de definición” (p.100), por lo que la afiliación hacia las páginas cobran mayor fuerza a través del sentido de pertenencia por las representaciones y referentes sociales que se encuentran (ver figura 6).

**Seguidor5CosasC**

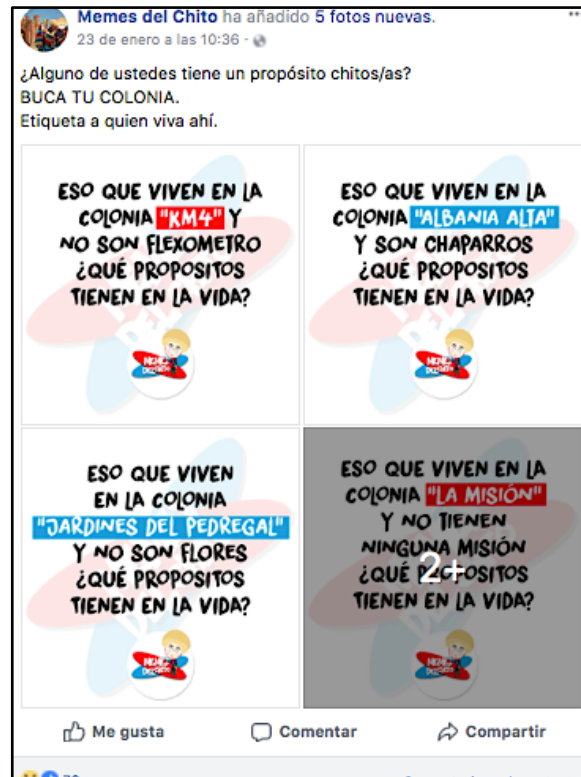
*Conuerdo con el amigo en lo personal pues me gustan mas loa contenidos de modismo es muy agradable identificarte con eso en la publicaciones es como mas llamativo!*

**Fragmento 28:** Contenidos significativos para el seguidor. Testimonio tomado de entrevista grupal. Marzo de 2019.

Algo similar ocurre con situaciones o eventos propios del conocimiento público, que son aprovechados por las páginas para crear publicaciones que puedan significar algo para los seguidores, que además del evidente interés por la diversión, también tienen información concreta que puede estar ligada a una demanda o crítica social. La figura 67 hace una mofa del exgobernador del Estado, haciendo referencia a cuestiones políticas y económicas sobre la situación de Chiapas. Se hace un comparativo para ver al Estado no como una atracción turística y de bellezas naturales –como pueden verlo incluso los mismos chiapanecos–, sino como una fuente de dinero, como una especie de proveedor de capital financiero –por ello el cajero automático–, pensando en las deudas y decadencias económicas en las que ha quedado el estado tras la partida de Manuel Velasco de la gubernatura (ver fragmento 29). Esto implica entonces una situación emergente, de conocimiento e interés público, que fue aprovechada para generar contenido en *Facebook*, que puede ser una crítica social y política, y a la vez, es un elemento de diversión que crea interés en los seguidores pero sobre todo, que es una vinculación directa de su entorno físico llevado a lo virtual, donde se representan situaciones cotidianas comunes a través de diversas formas que el ciberespacio permite (ver apartado 3.2.3).



**Figura 65:** Origen y características de personas de Chiapas. Captura de pantalla de publicación tomada de la página Memes del Chito. Mayo de 2018.



**Figura 66:** Colonias de Tuxtla y sátira. Captura de pantalla de publicación tomada de la página Memes del Chito. Febrero de 2018.



**Figura 67:** Cómo se ve Chiapas. Captura de pantalla de publicación tomada de la página Que Pue Vos. Septiembre de 2018.

**Admon1CosasC**

*En la actualidad creo que chiapas y lo chiapaneco en FB es básicamente todo el panorama social/político. Alguien fuera de aquí relaciona pobreza y tal vez San Cristóbal y Selva con Chiapas automáticamente. Algunas personas que conozco que no son de aquí me platican que les llega más la información de plantones, marchas y problemas sociales, que cuestiones turísticas o promoción cultural del estado.*

**Fragmento 29:** Facebook como medio de información social y político. Testimonio tomado de entrevistas a administradores. Octubre, 2018.

La forma y el contenido de las publicaciones determinan aspectos de construcción identitaria, de incentivación al consumo y de asumir una postura

---

crítica frente al poder político a través de la sátira y diversión; son ante los seguidores, un vínculo sociocultural que atiende a intereses de diversión, de información, de representatividad y reflejo de su vida, donde en esa cotidianidad, también estar constantemente en conexión y consumiendo, es parte de sus hábitos y prácticas sociales, actividades que son propias de identificación de una comunidad de práctica virtual (ver apartado 2.4.3).

Así, retomando los modelos de consumo de este tipo de publicaciones (véase apartado 2.2.2), también el consumo también es objetivación de deseos y parte de un proceso ritual. El consumo se presenta en los seguidores como una objetivación de deseos, ya que se satisface el deseo de informarse y de divertirse con dicha información. Esa dualidad de conocimiento de situaciones públicas actuales y el entretenimiento y de fácil interpretación ayuda mucho a la situación. Y el consumo es también un proceso ritual, porque se ha vuelto parte de la vida cotidiana utilizar *Facebook* y otras redes sociales para informarse de acontecimientos actuales y para buscar diversión. El uso de espacios virtuales se ha incorporado de forma práctica y constante en la vida de las personas, siendo no sólo un elemento de diversión y ocio, sino también de desarrollo profesional y de donde consiguen ingresos, tanto para los administradores como de los seguidores de las páginas. Por ello, la constante práctica de consumir información y crear afiliaciones a los contenidos con base a la identificación y significaciones, son características básicas para entender nuestra ciber-región funcional chiapaneca (ver figura 6).

Sin embargo, se ha considerado que el modelo de consumos de Canclini (1993) no es suficientemente adecuado para el entendimiento del consumo de los contenidos en páginas de contenidos locales en *Facebook*, por ello, basándose en los análisis y reflexiones del trabajo –y también de los modelos de Canclini–, se propone entender el consumo cultural virtual a través de 4 formas (véase también figura 68):

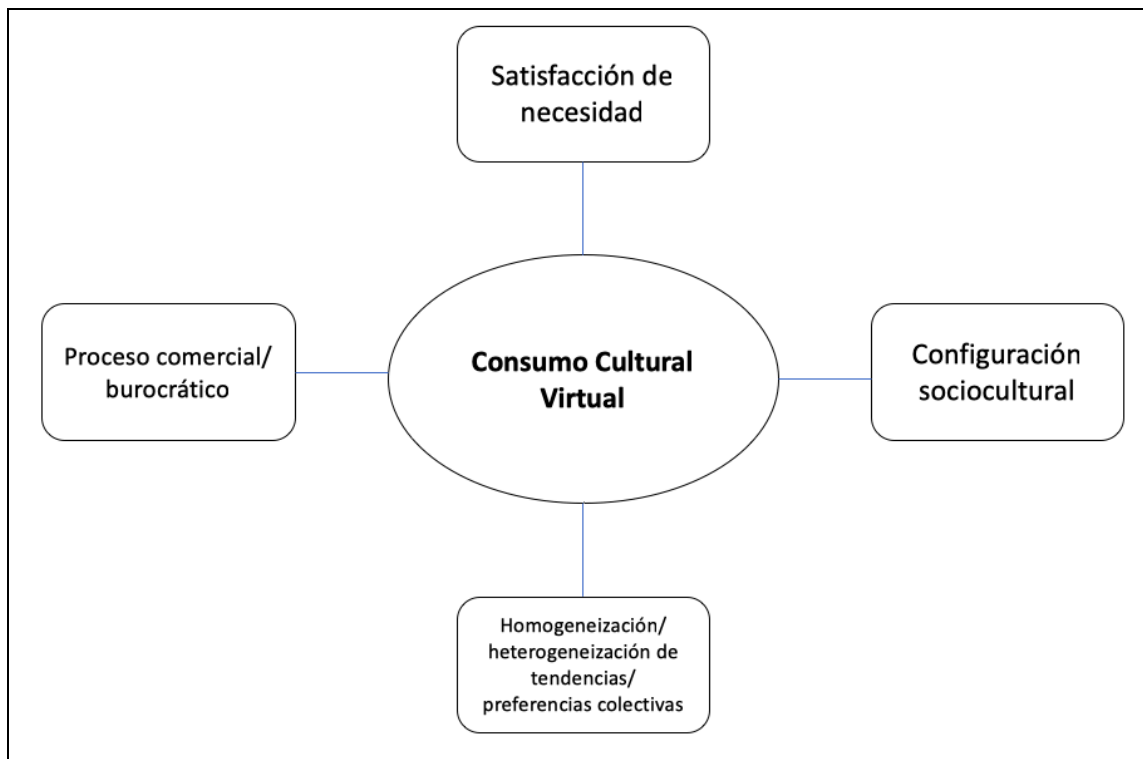
- **Consumo como satisfacción de necesidades.** Consumir para satisfacer necesidades como informarse, comunicarse, de diversión o de socialización.



- **Consumo como una configuración sociocultural.** Consumir como práctica o hábito sociocultural a través de determinantes culturales que marcan pautas de temáticas, de preferencias y de comprensión. La identidad, símbolos, signos, elementos territoriales y usos lingüísticos enmarcan esta configuración.
- **Consumo como homogeneización/heterogeneización de tendencias y/o preferencias colectivas.** Consumir a través de la colectividad. Esto es, siguiendo tendencias informativas, gustos, identificaciones, prácticas.
- **Consumo como proceso comercial y/o burocrático.** Consumir para producir y/o generar compras, lograr trámites, solucionar dudas empresariales o institucionales.

Con ello, el consumo visto en este trabajo de investigación y que es representativo de nuestra ciber-región funcional chiapaneca, está cimbrado en los cuatro tipos de consumo propuestos, ya que:

- Se consume satisfaciendo la necesidad de información y/o diversión con elementos chiapanecos reconocidos.
- Se consume a través de una construcción identitaria chiapaneca que permite entender los significados expuestos y la expansión de los mismos mediante la acción colectiva.
- Existe un consumo como homogeneización, mediante la constitución de una identidad colectiva chiapaneca que crea una comunidad de práctica virtual donde se comparten referentes, significados y prácticas comunes acorde a los contenidos presentados.
- Y, porque hay un consumo como proceso comercial y/o burocrático dado el interés en exponer elementos locales o globales que funcionen para satisfacer necesidades, para promocionar elementos locales o crear opinión pública, todo enmarcado en el rescate de lo socio cultural chiapaneco.



**Esquema 3:** Propuesta de formas de consumo cultural virtual. Creación propia con base a análisis de consumo de contenidos en *Facebook*.

Si bien, los modelos de consumo de Canclini son bastante adaptables y valiosos para el entendimiento de esta práctica social, se ha considerado adecuada la propuesta de nuevos modelos basados en los hallazgos de la investigación, dado que este trabajo ha estado enfocado mayormente en entender los consumos virtuales con un enfoque de contenido chiapaneco. Así, el consumo se presenta como una práctica socio cultural que si bien, depende del interés de cada uno de los seguidores de las páginas en *Facebook*, cobra sentido a través de las afiliaciones identitarias cuando hay un proceso de significación adecuado por el entendimiento total de los contenidos que se presentan en la red, lo que lleva a entender el proceso de interacción entre usuarios –consumidores– con el administrador –moderador–, todos como miembros que cumplen diversos roles y crean las interacciones adecuadas –y suficientes– para configurar la ciber-región funcional chiapaneca.

---

## 5.5 Recapitulación

En este capítulo se han presentado los análisis de la investigación a través de la reflexión y vinculación de categorías obtenidas en el proceso metodológico. Fue necesario echar mano de las concepciones teóricas conceptuales que acompañan cimientan al trabajo, así como la configuración regional que el programa de estudios busca.

De esta forma, en una primera instancia, se ha determinado cómo la ciber-región funcional chiapaneca, encuentra evidentes hallazgos para su constitución, así como se han señalado las particularidades de la misma gracias al análisis de los atributos de las comunidades en lo virtual. Por ello, se ha hecho énfasis en los procesos de interacción social que se gestan a través de la participación y los flujos comunicativos e informativos que ocurren cuando los seguidores de las páginas encuentran referentes socio culturales que ayudan a una comprensión e identificación con los contenidos que las páginas estudiadas les ofrecen. A su vez, la importancia de la identidad y las acciones sociales dentro de los contenidos producidos –por un moderador–, hacen que los usuarios involucrados en un proceso de consumo, se configuren como una comunidad de práctica virtual, la cual comparte significados y genera relaciones sociales. De este modo, gracias a las vinculaciones entre el mundo físico y el virtual de cada usuario, los flujos informativos y las constantes interacciones –referentes, identidades y significaciones–, se constituye cabalmente la ciber-región funcional chiapaneca que esta trabajo estudia.

Por otro lado, la importancia de la identidad también es evidente para la participación y la comprensión de los contenidos que circulan en las páginas de *Facebook* estudiadas. Así, la segunda categoría de análisis fueron las manifestaciones identitarias dentro de *Facebook*, donde es común encontrar imágenes con múltiples símbolos, referencias territoriales, por lo que se ha analizado cómo la identidad se presenta al momento de producir y mediante el consumo que propicia afiliaciones simbólicas, territoriales y lingüísticas, todas como elementos que se hallan en los contenidos producidos en las *fanpages*

estudiadas y a través de diferentes formatos, por lo cual, parte fundamental para entender las afiliaciones de los seguidores a las páginas, es a través de la significación que se genera en los consumos. Es necesario hallar un referente del mundo físico que esté dentro del marco referencial socio cultural de cada seguidor, para lograr crear una relación significativa y representativa de su entorno y sus prácticas dentro de lo virtual, por lo que los diferentes temas y la forma de la forma de los contenidos que los abordan, también es otro de los elementos de suma importancia.

De esta manera, la última categoría de análisis han sido los contenidos y las formas de consumo que están constantemente transformándose y generando información que demarca identidades a través de un sentido de pertenencia, creando interacciones y relaciones sociales, además de estimular periódicamente la innovación de contenidos y las prácticas sociales dentro de lo virtual. Por ello, se analizaron las temáticas recurrentes y las formas de presentación, así como la estructuración de los contenidos en estas páginas de *Facebook* para las consecuentes significaciones que tienen en los seguidores. El consumo como un modelo de producción y afiliación hacia significantes identitarios que llevan al surgimiento de flujos de interacciones sociales, comunicativas e informativas, donde se expresa un sentido de pertenencia y constante interés en el consumo de dichos contenidos. Todos estos elementos, en conjunto y de manera sistemática, se convierten en las características comunes y constantes de la ciber-región funcional chiapaneca que aquí se ha presentado.

## CAPÍTULO 6 – CONCLUSIONES

Después de haber presentado los análisis a los que nos llevaron los hallazgos tras el proceso de aplicación metodológica y después de hacer las vinculaciones teóricas con los conceptos que guiaron el proceso de investigación, en este capítulo se generan las conclusiones de todo el proceso de trabajo, basándose en dar respuesta a las interrogantes que han guiado a toda la investigación y enmarcados por los estudios regionales, disciplina que ha guiado esta investigación. A la vez, se engloba todo lo hecho y analizado para comprender la configuración de nuestra ciber-región funcional chiapaneca y demarcar su importancia en este trabajo. También, se da una revisión al proceso de aplicación metodológica, retomando elementos importantes y que puedan servir para futuras investigaciones, atendiendo el hecho de que el ciberespacio es una trama compleja de elementos visuales, conexiones sociales, elementos visuales constante y temporales, así como un sinfín de información que está siempre en movimiento y constante validación. Finalmente, se dejan consideraciones de estudio para nuevos procesos de investigación que quieran aunar en los espacios virtuales, así como concretamente en *Facebook*.

---

## 6.1 Discusión final

Estudiar los espacios virtuales es una tarea compleja. En ocasiones pareciera que todo se centra en una labor tan sencilla como estar sentado frente a una computadora o un dispositivo electrónico husmeando en diversos sitios, divirtiéndose y atendiendo otras labores. Sin embargo, la investigación cualitativa en entornos virtuales es una tarea que ha ido perfeccionándose y ganando terreno en el ámbito académico, con aspectos teórico conceptuales más precisos y mejor orientados metodológicamente. Esto es algo que tiene sentido cuando se comprende que la vida en la actualidad, otorga tiempo y espacios constantes al uso de la tecnología y las complejas redes sociales formadas a través de espacios virtuales. Así, a través de diferentes investigaciones sociales, es posible entender cómo la tecnología tiene implicaciones en diferentes ámbitos de la cotidianidad del ser humano, como la educación, la política, la economía, la configuración social y cultural, entre otros.

En el capítulo anterior se han presentado los análisis de los hallazgos obtenidos con la aplicación metodológica de la etnografía virtual. Con ellos, se generaron tres categorías básicas que han permitido entender el objeto de estudio y definirlo como un elemento de importancia social actual y con muchas aristas. El análisis de dichos elementos propició comprender la importancia del estudio de los espacios virtuales y lograr situar al sujeto en un mundo de muchas adaptaciones mediante vínculos sociales constantes. Además, acompañando a los análisis, se presentan registros de capturas de pantalla y fragmentos de entrevistas que ilustran lo hallado en el trabajo y permiten entender e interpretar la naturaleza y los efectos del objeto de estudio que constantemente está apegado a la vida social; y el uso de la tecnología como elementos inherentes en diversas prácticas y hábitos sociales.

Lo virtual ha ganado mucho terreno en la actualidad. Las redes sociales en internet son una bandera de la socialización y los intercambios culturales. Allí, se presentan muchísimas interacciones y flujos comunicativos e informativos, varios de ellos guiados por los referentes y significaciones del entorno cultural de

---

los sujetos, quienes, a través de su identidad, demarcan tendencias de consumo y relaciones. Todas estas situaciones se dan a través de la estructuración como una comunidad virtual llena de prácticas y de manifestaciones socio culturales constantes. Así, a través de los flujos de interacción y la bandera identitaria chiapaneca como aspecto guía identitario y de pertenencia, se ha logrado establecer la ciber-región funcional chiapaneca que este trabajo propone y presenta. Así, destacamos la importancia de esta investigación en entender cómo la región que se construye aprovechando una plataforma como Facebook y mucho de lo que ella ofrece.

Además de ser la red social más importante a nivel mundial, *Facebook* cada vez gana mayor terreno y va acondicionando su funcionamiento a las exigencias que los usuarios y las situaciones contemporáneas –y emergentes– van marcando. A través de (re)conocer, entender e interpretar las manifestaciones de la identidad chiapaneca en Facebook, se ha logrado identificar las afiliaciones –simbólicas, territoriales y lingüísticas– con las que los seguidores de las páginas incluidas en el estudio, encuentran una vinculación identitaria que les permite entender los contenidos y significarlos. Cada afiliación juega un papel importante en la vida socio cultural de los usuarios de la red y estas afiliaciones están siempre presentes en los diferentes consumos que realizan.

Por otro lado, al analizar los vínculos entre contenidos y consumos, se ha encontrado cómo el consumo depende en gran medida de los contenidos que son presentados en las páginas de *Facebook*. Estos deben ser significativos y con referentes próximos para los seguidores. De modo que producción y consumo son un ciclo completo de significaciones y re significaciones que generan una identidad. Por ello, al generarse una vinculación de esta forma –y la constante entre mundos físico y virtual–, se logró identificar las particularidades de la ciber-región, las cuales parten de una identidad chiapaneca definida y expresada a través de la producción y el consumo de contenidos con referentes de Chiapas, lo que lleva a una estructuración colectiva que es una comunidad de práctica virtual gracias a las interacciones constantes y flujos informativos que circulan dentro de la misma. De esta forma en esta investigación ha buscado entender a

la identidad y los consumos en *Facebook*, así como la constitución colectiva regional que los usuarios tienen al compartir significados e interacciones de manera constante.

## **6.2 Conclusiones del estudio**

La ciber-región funcional chiapaneca *encuentra en Facebook* un ciberespacio social idóneo para la conjunción, los flujos informativos y las interacciones sociales, tal como pudiera suceder con otras redes sociales en internet que funcionan y se mantienen en las preferencias a través de la creación de contenidos y la participación de los usuarios. Mucho de lo que allí es compartido, se crea por personas que buscan comunicar e interactuar con más gente, ofreciendo contenidos con ciertas características y estilos particulares, que le dotan distinguibilidad y originalidad pese a tener diversos referentes tanto locales como globales. Tener en claro muchos de esos elementos, es una tarea que requiere inserción y análisis del mundo virtual desde diferentes miradas y posicionamientos, muchos de los cuales permiten entender un objeto estudio que no necesariamente debe estar limitado y segregado de diferentes situaciones y contextos sociales.

Así, a través del entendimiento de lo sociocultural en el mundo virtual, ha sido posible comprender una realidad social a través de la tecnología y diferentes prácticas sociales. Por ello, para lograr contextualizar y concluir el trabajo que se ha presentado, es necesario retomar las preguntas que han guiado este trabajo (ver introducción) para formular las respuestas que ha dejado todo el proceso de investigación así como comprender que las respuestas, dan respaldo a los objetivos de la investigación planteados desde la introducción de este trabajo.



---

**Pregunta 1: ¿De qué forma la identidad de los administradores de las páginas de *Facebook* construye las afiliaciones de los seguidores a través de los contenidos?**

La identidad de los usuarios ha sido planteada para este trabajo como un reconocimiento y un atributo tanto individual como colectivo que se construye a través de complejos procesos de visibilidad y relaciones sociales. Por ello, en primera instancia, los administradores de las páginas estudiadas se asumen identitariamente como chiapanecos. Esto no solamente es reflejo de cómo ellos puedan autonombrarse o de lo que ellos puedan decir, sino también, de lo que proyectan con sus respectivos contenidos en las páginas que administran. Ellos crean publicaciones con elementos propios del Estado, con símbolos, signos y varios otros elementos propios de Chiapas, los cuales son reconocidos social y culturalmente de manera colectiva; estos elementos significan algo para los seguidores y lo vinculan con su cultura, su cotidianidad, con aspectos emocionales. De esta forma, los seguidores reconocen esos contenidos como alusivos a su marco contextual próximo; significan referentes comunes contextuales en ellos; los aceptan y crean una afiliación ante eso, para posteriormente refirmar su identidad como chiapanecos mediante el consumo y la valoración de dichos contenidos.

Por ello, la identidad chiapaneca en *Facebook* está expresada a través de diferentes tipos de afiliaciones, donde el usuario hace una vinculación entre su mundo físico y el mundo virtual, logrando una ambivalencia de referentes y significaciones que actúan en ambos campos. Las afiliaciones, corresponden a los flujos de interacción propios de la ciber-región de estudio –y como respuesta a la información que reciben los seguidores dentro del proceso de consumo cultural–. De esta manera, se ha hecho una revisión analítica sobre tres diferentes tipos de afiliaciones que son expresadas en la producción y el consumo de los usuarios en *Facebook*:

- a) *Afiliaciones simbólicas*. Estas afiliaciones, como el nombre lo indica, hacen hincapié en los aspectos simbólicos con los que los seguidores están en constante acercamiento e interacción. Así, elementos como la

---

comida, la música, la vestimenta, las costumbres, creencias y tradiciones, ciertas emociones y/o sentimientos. Todos estos aspectos se ven reflejados en los contenidos de *Facebook* en forma de imágenes –memes la mayoría de ellos– o videos, que generan un vínculo con los seguidores, ya que les rememora aspectos de su vida, de su cultura, de su identidad. Se vuelven referentes que están siempre en la mente de las personas y son expresados y significados con base al reconocimiento y aceptación de los mismos.

- b) *Afiliaciones territoriales*. Este tipo de afiliaciones están relacionadas con aspectos territoriales. El territorio es el lugar de origen, el lugar de residencia, el lugar de un acontecimiento especial, el lugar de reconocimiento turístico a nivel internacional. El seguidor encuentra en los elementos territoriales un aspecto que relaciona con su vida, por su propio origen, el de algún familiar o amigo y por ende, consciente de su importancia y su valor emocional. Además, el territorio es visto como ese espacio desde donde sus afiliaciones simbólicas cobran sentido, porque le dotan de origen y contextualidad sociocultural. Así, Chiapas es entendido como el lugar de origen, como un espacio de ubicación geográfica actual o del pasado, como dotador de cultura en ciertos periodos de tiempo. Pero también como un lugar turístico lleno de bellezas naturales, las cuales presumen y causan orgullo, incluso para algunos puede ser el territorio como un lugar turístico, puede ser también un lugar de trabajo o una fuente de subsistencia. Para la ciber-región, el territorio es también ese vínculo del mundo físico que está presente en todo momento para comprender los significados simbólicos.
- c) *Afiliaciones lingüísticas*. La lengua está presente en todo momento para los usuarios. Su forma de entendimiento dentro de *Facebook* es a través del lenguaje y con ese mismo se hacen construcciones específicas con objetivos definidos. Las afiliaciones de este tipo se generan gracias a las publicaciones que hacen uso de modismos, frases u otro tipo de

manifestaciones que se han configurado en el estado de Chiapas y sus alrededores. El usuario las reconoce y las significa, incluso las utiliza tanto en *Facebook* como en su vida cotidiana. Al hallar referentes conocidos, existe un acercamiento más preciso, que no necesariamente tiene que ser sinónimo de adopción de estos modos, pero sí le confiere una amplitud de elementos referenciales y de comunicación, de contextualización y significado. Por ello, es normal encontrar en las publicaciones y respuestas palabras como *bolo, vos, chito, iday, pué, cotz, sule, guineo, chucho, colochó, cochi, totoreco, talega, fiero, posh*, entre otras, que son comunes en el contexto chiapaneco –tanto el físico como el virtual– y para las cuales es necesario entender su significado si se quiere comprender totalmente el mensaje. A su vez, estos referentes lingüísticos han sido adaptados para ser usados y explotados en las publicaciones a modo de generar participación, interacciones y de buscar una mejor empatía con el público al que se le presenta, lo que genera también creación y/o reforzamiento de vínculos sociales dentro de la misma colectividad que va formándose, dicha colectividad es una comunidad de práctica que desde la lingüística se reconoce como ‘comunidad de habla’ ya que solamente quienes pertenecen a ella pueden entender las particularidades y los significados transmitidos en las expresiones. Este entendimiento, propicia un sentido de pertenencia y por ende, completar el proceso de consumo y afiliación socio cultural por significaciones concretas dentro de nuestra ciber-región.

Pese a tener la opción de asumir cualquier identidad dentro de lo virtual, los elementos socioculturales acompañan a los usuarios en todo momento, ya que es indudable la inclusión de elementos del mundo físico al espacio virtual. Por consiguiente, la identidad de quien produce contenidos, tiene injerencia al momento de producir –y de ser consumidos–, ya que estos están dotados de

elementos propios de su formación sociocultural y llevan consigo referentes de todo tipo. Así, éstos referentes deberán ser interpretados por los seguidores, quienes, a través de un proceso de reconocimiento y aceptación, crean una afiliación significativa que los lleva a identificarse con los contenidos. En consecuencia, se establece un ciclo de construcción identitaria que basa su formación en el tipo de contenido y la significación de referentes socioculturales, lingüísticos y territoriales. Estas significaciones identitarias compartidas son a la vez elementos de conjunción social y de colectividad que permiten entender una identidad social más amplia; lo que permite la presencia a una comunidad de práctica –incluso virtual– que a la vez, lleva a la estructuración regional, es decir, a la configuración de nuestra ciber-región funcional chiapaneca a través de dichas identificaciones, prácticas y demás significados compartidos.

**Pregunta 2: ¿Cómo son los consumos culturales dentro de Facebook para entender e identificarse con los contenidos de las páginas locales?**

Este cuestionamiento se esclarece gracias a los análisis e interpretaciones hechos sobre los tipos de consumo y la estructuración de los mismos. Por ello, al analizar los vínculos entre contenidos y consumos, se han determinado las temáticas más abordadas tanto en producción como en consumo dentro de las publicaciones de las páginas analizadas. Aquí, ambas partes juegan un papel importante en cuanto a consumos, ya que, por un lado, está quien se encarga de construir contenidos que son consumidos por los seguidores; y por el otro, los mismos seguidores, quienes dan sentido y amplitud a lo consumido. Si no hay producción que genere interés e impacto –a través de los referentes y las significaciones– no hay consumo de ciertos temas, si no hay interés, no se genera una reacción ni aceptación de los elementos chiapanecos abordados. Contrario a lo que sucede cuando hay mucha aceptación mediante la significación de los referentes, entonces la publicación es exitosa y el consumo se hace masivo. Por ello, hay una relación directa entre la significación, la identidad y el consumo.

En nuestro estudio, los diferentes tipos de contenidos abordan principalmente los temas: sociedad, prácticas y costumbres chiapanecas,

---

comida, símbolos o signos de Chiapas, modismos y otros usos lingüísticos, política, atractivos turísticos del Estado y varios otros elementos más que son publicados cotidianamente por los administradores en sus diferentes producciones y a la vez, son enaltecidos por los seguidores. Cabe recalcar que la identificación con los contenidos se propicia a través del proceso de reconocimiento, significación, aceptación y afiliación que pasan los seguidores para finalmente identificarse con lo que cada página –de las seleccionadas- en *Facebook*– puede brindarles; y que en muchos casos es el mismo proceso para todo tipo de contenidos en la red. Así, los contenidos cargan con los referentes y significados adecuados para que el seguidor pueda vincularlos con su vida cotidiana, con algún recuerdo, con algún lazo vivencial o sociocultural, lo que permite el reconocimiento y la aceptación a través de la significación. De esa forma se crea una afiliación que va nutriéndose de más referentes y posteriores consumos en estos espacios; así como de interacciones con la misma página y con otros usuarios mediante intercambios provenientes de las afiliaciones identitarias.

Estos vínculos parten de un marco contextual referencial del mundo físico que cada usuario de internet tiene y con el se introducen a lo virtual. Así, los flujos de interacciones del mundo físico y el virtual, son base primordial para la configuración de la ciber-región, dado que el mundo físico provee de referentes y significaciones que al ser llevadas a lo virtual, hallan una interpretación y entendimiento adecuado para generar las ya mencionadas afiliaciones identitarias.

Luego entonces, es posible afirmar que el consumo es generado a través del entendimiento de los referentes culturales de los que cada publicación está constituida –los cuales varían acorde a elementos sustanciales como la lengua, símbolos, signos, el territorio, la gastronomía, vínculos emocionales y muchos otros–, estableciendo una identidad chiapaneca gracias a los contenidos con referentes conocidos. Aun así, pese a compartir dichos referentes y significaciones, cada objetivo de consumo es diferente en los usuarios, por ello,

---

y atendiendo a las condiciones del entorno virtual, consideramos que el consumo puede darse como:

- Una satisfacción de necesidades.
- Una configuración sociocultural.
- Una homogeneización/heterogeneización de tendencias y/o preferencias colectivas.
- Como un proceso comercial y/o burocrático.

De esta forma, los consumos virtuales son, en la actualidad, una práctica común en la sociedad y de alguna forma, han ido ganando terreno frente a otras formas de acceso a la información y el entretenimiento como lo eran los medios de comunicación tradicionales, los libros, las revistas, el cine y otro. Para esto, las interacciones dentro de *Facebook* son un aspecto fundamental. Las interacciones no sólo en *Facebook*, sino en todas las redes sociales son constantes y significativas para los participantes. Una característica esencial de la ciber-región funcional, es la existencia de flujos de interacciones socioculturales, informativos y relacionales, de modo que al estar inmersos en el mundo virtual, las prácticas y significaciones adquieren nuevas formas y toman aspectos referenciales, un sentido de pertenencia y de afiliación mediante los contenidos. Esto, se vincula de lleno con el último cuestionamiento del trabajo de investigación.

**Pregunta 3: ¿Cuáles son las características de las páginas locales de *Facebook* y de sus contenidos para la determinación de una ciber-región de estudio?**

La respuesta a este cuestionamiento se ha generado a través del análisis, interpretación y estructuración de la categoría emergente sobre las particularidades de la ciber-región. Este proceso, si bien ya ha sido explicado desde el capítulo 3 de esta tesis, es importante reiterarlo por la importancia que tiene la construcción de una región de estudio en lo virtual.

---

Entonces, se ha definido cómo la forma de espacialidad social provee consideraciones teórico conceptuales adecuadas para el estudio que se hizo, además que cuenta con las características de unidad o cohesión, identidad como actor social y una delimitación territorial, entendiendo el territorio como un constructo más allá de lo geográfico. También, fue necesario retomar la estructura del modelo región funcional de Klapk, Halás y Tonev, (2013), que, dadas sus características, pudo ser adaptado para esta investigación. Así, la ciber-región de estudio comprende flujos de interacciones. Dichos flujos son de información, de participación y de relaciones y se generan en diversas direcciones, característica esencial de una región funcional. Además, estas interacciones están basadas en los contenidos que existen en las páginas de *Facebook* y la significación acorde a la identidad de los usuarios de la red, tanto para administradores como para seguidores. Ambas partes cumplen una labor importante al momento de la configuración regional y a la vez, esa constitución colectiva en red que se forma y que es comparable a una comunidad de práctica en lo virtual.

La estructuración funcional que lleva la comunidad virtual es importante al momento de estar en *Facebook* dado que permite compartir elementos comunes que llevan a los ya mencionados flujos de información y comunicación, las interacciones que son base de su estructuración. Si no hay flujos, no hay interacciones, sino hay interacciones, no hay una estructuración de región funcional. Sumado a ello, si bien, la participación de los usuarios es individual, siempre las interacciones que puedan tener los usuarios se dan en un espacio social, donde existe un administrador que se encarga de moderar lo que se expone, generar interacciones entre los seguidores y también participa. Al estar expuesto a lo público en un espacio abierto como lo es *Facebook*, es amplio el margen en que se desarrollan diversos alcances de las publicaciones y que, por consiguiente, amplía la opción de flujos de participaciones, interacciones y relaciones.

Ambas partes –administradores y seguidores–, completan un proceso identitario que se concreta con los consumos y las interacciones dentro de la

---

comunidad de práctica virtual formada por la compartición de referentes y significados comunes. Todo dentro de un marco de intercambios simbólicos mediante los flujos comunicativos e interacciones de corte identitario, lingüístico, territorial, gastronómico, etcétera. Pareciera muy lógico responder que la característica principal de las páginas que ayudan a constituir la región de estudio es la de los contenidos sobre Chiapas, pero obviando un tanto esa idea, es importante señalar más a fondo que todos los administradores comparten una identidad chiapaneca, lo que implica compartir también referentes identitarios socio culturales, lingüísticos, políticos y territoriales. Estos, en conjunto determinan su identidad y su presencia en los contenidos que manejan, ya que los utilizan, haciendo una fusión con elementos globales –el mismo uso de *Facebook* y sus características, uso de memes y otros formatos–, pero llevados a un plano local, como una adaptación para la contextualización cultural y cotidiana con la cual los seguidores se sienten identificados. Al compartir estas características, las páginas tienen publicaciones y seguidores similares. Quienes deben tener un marco referencial similar para lograr comprender mayormente los contenidos y sentirse identificados con lo que cada página les presenta.

Así, la ciber-región funcional chiapaneca planteada en este trabajo, se conforma como una propuesta para el estudio de los espacios virtuales desde la perspectiva de los estudios regionales, los cuales buscan entender contextos específicos desde diferentes perspectivas de y con un enfoque preciso de análisis y entendimiento, los cuales se cumplen dado el plano social –colectividad–, de intercambios simbólicos –flujos e interacciones– y aspectos de unidad y práctica –identidad chiapaneca y significaciones comunes–. Así, la consideración virtual de esta propuesta, toma sus bases en la espacialidad social a través de la estructura de flujos de una región funcional, lo que a la postre, se comparte con el funcionamiento y estructuración de una comunidad de práctica virtual.

De esta forma, es importante enfatizar que el trabajo realizado logra responder los cuestionamientos formulados en un inicio y respalda a los objetivos que se buscaban, lo que permite entender la forma en que la identidad tiene implicaciones en diversas prácticas sociales no sólo en un mundo físico, sino



también en lo virtual, donde las personas han ido sumergiéndose y transformando diversas formas de manifestaciones culturales, pero manteniendo la esencia y un vínculo con su mundo físico, adaptándose a las oportunidades que la evolución social va teniendo. Todo esto, gracias a la posibilidad de producción y de consumos de un sinfín de referentes socioculturales que están constantemente haciendo presencia en el mundo físico de cada persona y que se intercambian de igual forma con lo virtual. Esto, permite la conjunción y desarrollo de comunidades que comparten identidad y prácticas en un plano virtual a través de interacciones sociales.

### **6.3 Aportaciones del estudio y consideraciones para trabajos relacionados**

Este trabajo ha implicado una forma de hacer investigación social en espacios virtuales desde una perspectiva regional, preponderando aspectos socioculturales como la base de la identidad y los consumos culturales dentro del ciberespacio. Planteado desde un inicio como una investigación que explora el mundo virtual y los nuevos métodos de investigación cualitativa, es importante rescatar aportaciones al mundo académico y de investigación en ciencias sociales y humanidades.

En primera instancia, este trabajo es un acercamiento al mundo virtual desde la perspectiva de los estudios regionales, campo que históricamente ha estado enfocado en aspectos sociales, económicos y educativos, por lo que abordarlo desde la parte tecnológica ha sido un reto importante. No se espera que este modelo de región de estudio sea una panacea para el estudio de los espacios virtuales, pero sí permite entender una nueva forma de regionalizar y plantear investigaciones de corte social dentro de espacios contemporáneos y con implicaciones socio culturales muy recurrentes. Tal como se explica en esta investigación, plantear una ciber-región es enfocarse no sólo en el territorio y/o

---

espacio, sino ver cuáles son las conexiones que construyen una región y por qué se configuran de esa forma.

También, es importante seguir sumando al estudio de la identidad dentro de internet. Este concepto es de común interés para la investigación en ciencias sociales, pero se vuelve importante enmarcarlo en primera instancia dentro de los estudios regionales y posteriormente, a través de las interacciones informativas, lingüísticas y simbólicas como se hace en esta tesis. Así, dentro de este trabajo, la identidad es vista como un catalizador de referentes, significaciones y consumos, donde se evidencia la constante vinculación entre el mundo físico y virtual, que son inherentes y concomitantes cuando las personas recurren a los aspectos tecnológicos en su vida cotidiana.

Aquí también hay un aporte al estudio del consumo social. En la actualidad consumir información en internet es una práctica constante y tan común que pareciera perder relevancia o pasar desapercibida, sin embargo, ahora es cuando más debe de ser un foco de atención dada la cantidad tan vasta de significantes, referentes y particularidades que pueden encontrarse en la red. Así, aspectos como la libertad de expresión, la censura, la mediación, procesos comunicativos y la semiotica, tienen cabida más allá de lo que se brinda dentro de este trabajo.

El lenguaje es otro elemento que cobra relevancia. Para la lingüística, el estudio en los ciberespacios y las redes sociales se vuelve un reto sumamente interesante. Tal como se expresa en esta tesis, ya no sólo se trata de conocer a la lengua dentro de lo virtual, sino todas las transformaciones que ésta ha sufrido y también de surgimiento de nuevos elementos lingüísticos que buscan comunicar y expresar diversas realidades, mensajes, emociones o momentos. El ciberespacio ha desarrollado –y sigue creando más– elementos y herramientas del lenguaje que requieren especial atención y análisis.

Incluso, esta investigación da un panorama actual sobre la sociedad y la tecnología, centrándose en elementos informativos y de relaciones sociales como lo son las redes en internet. La complejidad social no permite entender todo el estado en que socialmente nos hallamos frente a lo tecnológico, pero a través de este estudio, puede verse cómo internet también es un vínculo cultural y

---

emocional, así como un medio de información y de referentes, el cual permite un rescate socio cultural y un sinfín de interacciones entre usuarios con intereses comunes o gustos similares y necesidades variadas.

Por otro lado, si bien, se ha dicho ya que trató de abarcar diferentes aspectos y situaciones importantes del ciberespacio, nunca es suficiente para conocer todo lo que éste tiene para ofrecer, ya que se encuentra constantemente transformándose y teniendo nuevos alcances. Por ello, para finalizar este trabajo, es pertinente dejar una ventana abierta hacia futuras investigaciones en el área de las ciencias sociales y humanísticas en el mundo virtual, dado que como ya se ha mencionado, la sociedad cada vez se encuentra más inmersa en el ciberespacio y deja más ramas abiertas de conocimiento.

- Las redes sociales son cada vez más concurridas. Es necesario prestarles mayor reconocimiento social e informativo que permita entender los nuevos modos de socialización y de manifestaciones culturales a través de estos espacios. No sólo basta con saber tiempos de uso o preferencias temáticas, sino que las interacciones y elementos socioculturales dan oportunidad de mayores alcances epistemológicos.
- El discurso en las redes sociales es complejo, no sólo porque hay muchas formas de presentación –escrito, imagen, audiovisual, etc.–, sino porque puede ser muy sintetizado o muy extenso, muy sencillo –sólo texto– o una combinación de imagen, texto, símbolos –emoticones, *gifs*, *stickers*–. El uso de la lengua requiere comprender que, en lo virtual, se requiere tomar en cuenta otro tipo de elementos como los hipervínculos, los hashtags, reacciones y más, elementos que son nativos de lo virtual y que se han vuelto fundamentales para la total comprensión del ciberespacio.
- Eso abre la posibilidad de un estudio sobre lenguaje en *Facebook*, sobre las adaptaciones y modos de uso de los recursos que la red provee, como el uso de imágenes y memes para crear conversaciones, el uso de reacciones, de *stickers* y otros recursos. Nuevas formas del lenguaje tanto

universal como de las adaptaciones constantes de lo local, de lo no escrito, de lo visual, de simbólico y más.

- Conocer a detalle las especificidades del ciberespacio desde una perspectiva social, que permita entender los vínculos con el mundo físico y la dialéctica de posibilidades. El mundo físico lleva consigo muchos referentes y situaciones donde las personas tienen la necesidad de entrar a lo virtual para resolver diferentes aspectos de su vida cotidiana y viceversa. Las interacciones entre el mundo físico y lo virtual son una realidad común que implica nuevos panoramas de lo social y lo cultural para cada persona, para cada comunidad y cada relación que genera.
- La mayor parte de los contenidos en *Facebook* están basados en la imagen. Un estudio de análisis de la imagen más profundo y mejor orientado hacia construcciones visuales puede ofrecer una ventana amplia al conocimiento de las tendencias informativas contemporáneas, la presentación de discursos visuales y su injerencia en diferentes niveles de alcance.

## ÍNDICE DE CUADROS, ESQUEMAS, FIGURAS Y FRAGMENTOS DE ENTREVISTA

<b>Cuadros</b>	<b>Página</b>
<b>Cuadro 1:</b> Roles de página en <i>Facebook</i> .	48
<b>Cuadro 2:</b> Taxonomía de los memes.	105
<b>Cuadro 3:</b> Acotación de elementos para figuras de la ciber-región de estudio.	144
<b>Cuadro 4:</b> Análisis de capturas de pantalla.	177
<b>Cuadro 5.</b> Matriz de registro de entrevistas a administradores de las páginas de <i>Facebook</i> .	180
<b>Cuadro 6.</b> Matriz de registro de entrevistas individuales a seguidores de las páginas de <i>Facebook</i> .	181
<b>Cuadro 7.</b> Matriz de registro de entrevistas grupales de seguidores seleccionados de las páginas de <i>Facebook</i> .	184
<b>Cuadro 8:</b> Triangulación de hallazgos.	198
<b>Cuadro 9:</b> Primera etapa del proceso de codificación.	202
<b>Cuadro 10:</b> Cuadro de ejemplos de testimonios con la codificación.	203
<b>Cuadro 11:</b> Segunda etapa del proceso de codificación.	204
<b>Cuadro 12:</b> Tercera etapa del proceso de codificación y definición de categorías.	205

<b>Esquemas</b>	<b>Página</b>
<b>Esquema 1:</b> Modelo de comunicación y funciones del lenguaje de Jakobson.	97
<b>Esquema 2:</b> Comprensión de publicaciones en <i>Facebook</i> .	269
<b>Esquema 3:</b> Propuesta de formas de consumo cultural virtual.	302

<b>Figuras</b>	<b>Página</b>
<b>Figura 1:</b> Relaciones horizontales y verticales de la región funcional.	138
<b>Figura 2:</b> Flujos de interacción de la región funcional.	139
<b>Figura 3:</b> Vista lateral de flujos de interacciones e imbricación de relaciones de la ciber-región.	144
<b>Figura 4:</b> Vista cenital de ciber-región. Enfoque nodal y Flujos	145
<b>Figura 5:</b> Ciber-región de estudio.	147
<b>Figura 6:</b> Ciber-región de estudio y componentes simbólicos de los usuarios.	148
<b>Figura 7:</b> Vista de inicio de página Cosas de Chiapanecos.	170
<b>Figura 8:</b> Vista de inicio de página Arriba el Cotz.	171
<b>Figura 9:</b> Vista de inicio de página Memes del Chito.	171
<b>Figura 10:</b> Vista de inicio de página Chiapanecote.	172
<b>Figura 11:</b> Vista de inicio de página Que pué vos.	172
<b>Figura 12:</b> Vista principal de página Memes del Chito.	187
<b>Figura 13:</b> Registro de fotos de página Chiapanecote.	187
<b>Figura 14:</b> Chat con administrador de página. Captura de pantalla de chat con Administrador de página Qué pué vos.	189
<b>Figura 15:</b> Chat con administrador de página. Captura de pantalla de chat con Administrador de página Arriba el Cotz.	189
<b>Figura 16:</b> Chat indagatorio individual.	192
<b>Figura 17:</b> Chat indagatorio grupal.	192
<b>Figura 18:</b> Método comparativo constante de análisis de datos.	200
<b>Figura 19:</b> Proceso de trabajo metodológico con computadora personal.	214
<b>Figura 20:</b> Proceso de trabajo metodológico con otros dispositivos.	214
<b>Figura 21:</b> Sobre lo que más le gusta de Chiapas a los seguidores.	220
<b>Figura 22:</b> Captura de pantalla 1 de comentarios en publicación.	220
<b>Figura 23:</b> Captura de pantalla 2 de comentarios en publicación.	220

<b>Figura 24:</b> La raza en Chiapas.	225
<b>Figura 25:</b> Nombres de películas como si fueran chiapanecas.	231
<b>Figura 26:</b> Captura de pantalla 3 de comentarios en publicación.	231
<b>Figura 27:</b> Captura de pantalla 4 de comentarios en publicación.	231
<b>Figura 28:</b> Soy chiapaneco y no me gusta.	232
<b>Figura 29:</b> Captura de pantalla 5 de comentarios en publicación.	232
<b>Figura 30:</b> Captura de pantalla 6 de comentarios en publicación.	232
<b>Figura 31:</b> Sobre el corazón de un chiapaneco.	242
<b>Figura 32:</b> 5 cosas que un chiapaneco extraña estando fuera de su estado.	242
<b>Figura 33:</b> Sobre elementos propios de Chiapas.	244
<b>Figura 34:</b> Captura de pantalla 7 de comentarios en publicación.	244
<b>Figura 35:</b> Sobre actividad cotidiana del chiapaneco.	249
<b>Figura 36:</b> Sobre alguien que llega a vivir a Comitán.	249
<b>Figura 37:</b> Sobre Dicho de Comitán.	251
<b>Figura 38:</b> Aclaración de seguidor sobre la publicación.	251
<b>Figura 39:</b> El Atlas de la comida chiapaneca.	253
<b>Figura 40:</b> Sobre visitar Chiapas por primera vez.	257
<b>Figura 41:</b> Sobre visitar por primera vez San Cristóbal de las Casas.	257
<b>Figura 42:</b> Iglesias de Comitán.	259
<b>Figura 43:</b> Siete esquinas de Comitán.	259
<b>Figura 44:</b> Sopa de letras chiapaneca.	265
<b>Figura 45:</b> Diccionario.	265
<b>Figura 46:</b> Video sobre palabras de Chiapas.	266
<b>Figura 47:</b> Sobre movimiento normalista.	271
<b>Figura 48:</b> Sobre visitas a mercados en Chiapas.	273
<b>Figura 49:</b> Personajes de Tuxtla.	274
<b>Figura 50:</b> Pecados pozoleros.	278
<b>Figura 51:</b> Examen de amistad con elementos chiapanecos.	278
<b>Figura 52:</b> Sobre acontecimiento en calle de San Cristóbal.	279
<b>Figura 53:</b> Video sobre dos personas de Comitán.	279
<b>Figura 54:</b> Cosas pal susto.	280
<b>Figura 55:</b> Sobre resbaladilla en Rancho Nuevo.	280
<b>Figura 56:</b> Logo de página Cosas de Chiapanecos.	286

<b>Figura 57:</b> Logo de página Arriba el Cotz.	286
<b>Figura 58:</b> Logo de página Memes del Chito.	286
<b>Figura 59:</b> Logo de página Chiapanecote.	286
<b>Figura 60:</b> Logo de página Que Pué Vos.	286
<b>Figura 61:</b> Billeto con Parachico.	286
<b>Figura 62:</b> Lugares donde a los bebés da el mal de ojo.	289
<b>Figura 63:</b> Video de sondeo público en Comitán.	289
<b>Figura 64:</b> ¿Qué tan comiteco eres?.	292
<b>Figura 65:</b> Origen y características de personas de Chiapas.	298
<b>Figura 66:</b> Colonias de Tuxtla y sátira.	298
<b>Figura 67:</b> Cómo se ve Chiapas.	299

<b>Fragmentos de entrevista</b>	<b>Página</b>
<b>Fragmento 1:</b> Lo que hay e interesa en las páginas de <i>Facebook</i> sobre Chiapas.	219
<b>Fragmento 2:</b> Elementos representativos de Chiapas.	221
<b>Fragmento 3:</b> Sobre sentirse parte de una comunidad chiapaneca en <i>Facebook</i> .	223
<b>Fragmento 4:</b> La interacción con otros usuarios.	227
<b>Fragmento 5:</b> La interacción de los seguidores.	228
<b>Fragmento 6:</b> La participación en páginas de corte socio cultural y diversión.	234
<b>Fragmento 7:</b> Acerca del interés por la creación de una página en <i>Facebook</i> con contenidos sobre Chiapas.	237
<b>Fragmento 8:</b> Sobre el interés en páginas con contenidos sobre Chiapas.	239
<b>Fragmento 9:</b> El sentido de afiliación a contenidos sobre Chiapas en <i>Facebook</i> .	241
<b>Fragmento 10:</b> Producción de contenidos con rescate cultural de 'lo chiapaneco'.	241
<b>Fragmento 11:</b> Acerca de la identidad chiapaneca.	245
<b>Fragmento 12:</b> La colaboración grupal con los contenidos que se publican.	252
<b>Fragmento 13:</b> Elementos identitarios chiapanecos.	254
<b>Fragmento 14:</b> Sobre las publicaciones de las páginas de <i>Facebook</i> chiapanecas.	258



<b>Fragmento 15:</b> La importancia de las publicaciones que abordan al territorio.	261
<b>Fragmento 16:</b> La importancia del lenguaje al momento de crear contenidos.	264
<b>Fragmento 17:</b> El uso del lenguaje distintivo chiapaneco.	267
<b>Fragmento 18:</b> Opinión sobre los contenidos de vida cotidiana	271
<b>Fragmento 19:</b> Cómo los seguidores ven los contenidos de las páginas chiapanecas.	273
<b>Fragmento 20:</b> La importancia de los contenidos en <i>Facebook</i> .	276
<b>Fragmento 21:</b> <i>Facebook</i> como espacio informativo.	277
<b>Fragmento 22:</b> Información chiapaneca en <i>Facebook</i> .	289
<b>Fragmento 23:</b> Acerca de los contenidos locales en las páginas de <i>Facebook</i> .	289
<b>Fragmento 24:</b> Preferencia, interés y/o gusto en las publicaciones.	291
<b>Fragmento 25:</b> La importancia de las interacciones en las páginas de <i>Facebook</i> .	291
<b>Fragmento 26:</b> Implicaciones de las diferentes interacciones que cada seguidor tiene en <i>Facebook</i> .	293
<b>Fragmento 27:</b> Referencias culturales cercanas al seguidor.	295
<b>Fragmento 28:</b> Contenidos significativos para el seguidor.	296
<b>Fragmento 29:</b> <i>Facebook</i> como medio de información social y político.	299

---

---

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aguirre, J. L. (2011) Introducción al Análisis de Redes Sociales. Buenos Aires: Documentos de Trabajo, 82, Centro Interdisciplinario para el Estudio de Políticas Públicas, Diciembre.
- Aftermarketing (2017). Viralización de contenidos y su importancia para las empresas. Creado el 17 de diciembre de 2017. Recuperado de: <https://www.aftermarketing.es/importancia-viralizacion-contenidos/>. Consultado el 17 de marzo de 2019.
- Álvarez-Gayou, J.L. (2003). Cómo hacer investigación cualitativa. Fundamentos y metodología. Edit. Paidós Educador. México.
- Amezcuá, Manuel. (2003). La entrevista en grupo. Características, tipos y utilidades en investigación cualitativa. En *Enfermería Clínica*. Num, 13. Pp. 112-117. Recuperado de: [https://www.researchgate.net/publication/257500353\\_La\\_entrevista\\_en\\_grupo\\_Caracteristicas\\_tipos\\_y\\_utilidades\\_en\\_investigacion\\_cualitativa](https://www.researchgate.net/publication/257500353_La_entrevista_en_grupo_Caracteristicas_tipos_y_utilidades_en_investigacion_cualitativa)
- Anónimo (2018). Conoce más acerca de la historia de *Facebook*. Consultado el 02 de febrero de 2019. En: <https://www.nextu.com/blog/historia-de-Facebook/>
- Arango Pinto, L. G. (2015). Una aproximación al fenómeno de los memes en Internet: claves para su comprensión y su posible integración pedagógica. *Común. Mídia consumo*, São Paulo, V. 12, Num. 33, pp. 110-132.
- Ardèvol, E., Bertrán, M., Callén, B. y Pérez, C. (2003). Etnografía virtualizada: la observación participante y la entrevista semiestructurada en línea. *Athenea Digital*, núm. 3. Pp. 72-92.
- Ardèvol, E. y Gómez Cruz, E. (2012) Las tecnologías digitales en el proceso de investigación social: reflexiones teóricas y metodológicas desde la etnografía virtual. En “Políticas del conocimiento y dinámicas interculturales. Acciones, Innovaciones, Transformaciones”. Pp. 187-203. Recuperado de: [http://www.ub.edu/histofilosofia/gmayos\\_old/PDF/CIDOBpoliticConocDinamIntercultCast.pdf](http://www.ub.edu/histofilosofia/gmayos_old/PDF/CIDOBpoliticConocDinamIntercultCast.pdf)

- 
- Ardèvol, E. y Vayreda, A. (2002). Identidades en línea. Prácticas reflexivas. Grupo Interdisciplinario de Investigación en Comunidades Virtuales. Instituto Interdisciplinario de Investigaciones en Internet, UOC. Recuperado de: <https://eardevol.files.wordpress.com/2008/10/identidades-en-linea.pdf>.
- Arráez, Morella; Calles, Josefina; Moreno de Tovar, Liuval. (2006). La Hermenéutica: una actividad interpretativa. *Sapiens. Revista Universitaria de Investigación*, vol. 7, núm. 2, diciembre. Pp. 171-181. Universidad Pedagógica Experimental Libertador, Caracas, Venezuela
- Asociación de Internet (2018). 14° Estudio sobre los hábitos de los usuarios de internet en México 2018. Disponible en: <https://www.asociaciondeinternet.mx/es/component/remository/Habitos-de-Internet/14-Estudio-sobre-los-Habitos-de-los-usuarios-de-Internet-en-Mexico-2018/lang,es-es/?Itemid=>. Consultado el 18 de mayo de 2018.
- Avogadro, M. (2012). Ciberperiodismo: El día en que llegamos a la red. *Razón y palabra*. Recuperado de: [http://www.razonypalabra.org.mx/comunicarte/2012/042012\\_Comunicarte.html](http://www.razonypalabra.org.mx/comunicarte/2012/042012_Comunicarte.html). Consultado: 18 de enero de 2018.
- Ayala Palomino, Manuel (2013). La impersonalidad aceptada del discurso en *Facebook*: el estatus más común entre los jóvenes. Fonseca, *Journal of Communication*. Num.6. Pp. 26-51.
- Ayuda de Adsense (2020). ¿Qué es un *feed*? Recuperado de: [https://support.google.com/adsense/answer/9189559?hl=es&visit\\_id=637155912666996297-106352863&rd=1](https://support.google.com/adsense/answer/9189559?hl=es&visit_id=637155912666996297-106352863&rd=1)
- Balcázar Nava, Patricia; *et al.* (2013). Investigación cualitativa. Universidad Autónoma de México. México.
- Barbera, Nataliya e Inciarte, Alicia (2012). Fenomenología y hermenéutica: dos perspectivas para estudiar las ciencias sociales y humanas *Multiciencias*, vol. 12, núm. 2, abril-junio. pp. 199-205. Universidad del Zulia, Punto Fijo, Venezuela
- Barragán Giraldo, Diego Fernando (2015). Las Comunidades de Práctica (CP): hacia una reconfiguración hermenéutica. *Franciscanum* 163, Vol. LVII. Pp. 155-176.
- Beck, Ulrich (2008) “Lógicas, dimensiones y consecuencias de la globalización”, en *¿Qué es la globalización?*, Barcelona: Bolsillo Paidós, pp. 73-132.
- Blackmore, Susan. (1999). La máquina de los memes. Ediciones Paidós Ibérica. Buenos Aires.
- Broncano, Fernando (2018). Historias de vida en un contexto tecnológico. *Revista TELOS*. Num. 109. Fundación Telefónica.
- Bustillos, Odilia. (2013). Redes Sociales y pertenencia: caso *Facebook*. *Revista Versión de estudios de Comunicación y Política- Nueva Época*. Pp. 78-89
- Campos, M. (2012). El asalto a Twitter. *Campos de Batalla*. Blog El Universal, disponible en: [http://blogs.eluniversal.com.mx/weblogs\\_detalle16164.html](http://blogs.eluniversal.com.mx/weblogs_detalle16164.html). Consultado el 19 de febrero de 2017.
- Castells, M. (1997). La era de la información. Vol. I: La sociedad red. economía, sociedad y cultura. Madrid: Alianza Editorial.

- 
- Chanona Pérez, Óscar G. (2011). *Lacandones de Chiapas: negociación e identidad dentro del ecoturismo*. Editorial Académica Española.
- Cid, D. (2019). Facebook hace público su algoritmo para censurar contenido dañino. *Trece Bits. Redes sociales y tecnología*. Recuperado de: <https://www.trecebits.com/2019/08/05/facebook-hace-publico-su-algoritmo-para-censurar-contenido-danino/>. Consultado el 05 de septiembre de 2019.
- Constante, Alberto. (2013). ¿Qué son las redes sociales? En *Las redes sociales. Una manera de pensar el mundo*. Alberto Constante (Coordinador). Universidad Nacional Autónoma de México. Ediciones sin nombre.
- Coraggio, J.L. (1979). *Sobre la espacialidad social y el concepto de región*. Recuperado de: <https://www.coraggioeconomia.org/jlc/archivos%20para%20descargar/Espacialidad%20social%20y%20el%20concepto%20de%20regi%C3%B3n.pdf>. Recuperado el 20 de marzo de 2019.
- Creswell, J.W. (1998) *Qualitative Inquire and Research Design: Choosing among five traditions*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Crhistakis, Nicholas, A. y Fowler, James (2010). *Conectados. El sorprendente poder de las redes sociales y cómo nos afectan*. México, Taurus.
- Crovi Druetta, Delia M. (2006). ¿Es internet un medio de comunicación? En *Revista Digital Universitaria*. Volumen 7 Número 6. 09 págs.
- Cyberclick. *Publicidad en Facebook. Qué es Facebook Ads y las ventajas de la Publicidad en Facebook*. Recuperado de: <https://www.cyberclick.es/publicidad/publicidad-Facebook>. Consultado el 11 de febrero de 2019.
- Dahlgren, P. (2011). Los medios en la red y cultura cívica. *TELOS*. Disponible en: <https://telos.fundaciontelefonica.com/url-direct/pdf-generator?tipoContenido=articuloTelos&idContenido=2011102408520001&idioma=es>. Consultado: 17 de enero de 2018.
- Dematteis, Giuseppe y Francesca Governa (2005) “Territorio y territorialidad en el desarrollo local. La contribución del modelo slot”. En *Boletín de la A.G.E.* Número 39. pp. 31-58.
- Diodato, Roberto (2011). *Estética de lo virtual*. Universidad Iberoamerica. Oak-Editorial.
- 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*, págs. 42-63. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=201017309004>. Consultado el 14 de abril de 2017.
- Dondis, Donis A. (2011) *La sintaxis de la imagen. Introducción al alfabeto visual*. Barcelona. Edit. Gustavo Gili.
- EcuRed (2019). *Cibercultura*. Recuperado de: <https://www.ecured.cu/Cibercultura>. Consultado el 10 de marzo de 2019.
- El Mundo (2018). Facebook por fin explica cómo gestiona y censura contenido inadecuado. Recuperado de:

- 
- <https://www.elmundo.es/tecnologia/2018/04/24/5adefa19ca4741c5088b45d5.html>. Consultado el 29 de agosto de 2019.
- Facebook, Servicio de Ayuda. (2019a). ¿Cómo creo una página de Facebook?. Recuperado de: [https://www.Facebook.com/help/282489752085908/?helpref=hc\\_fnav](https://www.Facebook.com/help/282489752085908/?helpref=hc_fnav). Consultado el 01 de febrero de 2019.
- (2019b). Principios de Facebook. Recuperado de: <https://www.Facebook.com/principles.php>. Consultado el 08 de febrero de 2019.
- (2019c). ¿Qué es la publicidad en internet basada en intereses de Facebook y cómo puedo controlar si veo anuncios en internet basados en intereses? Recuperado de: <https://www.Facebook.com/help/164968693837950?helpref=search&sr=1&query=sobre%20publicidad>. Consultado el 11 de febrero de 2019.
- (2019d). Condiciones del servicio. Recuperado de: <https://www.facebook.com/legal/terms>. Consultado el 31 de agosto de 2019.
- (2019e). Contenido inaceptable. En Normas comunitarias. Recuperado de: <https://www.facebook.com/communitystandards>. Consultado el 01 de septiembre de 2019.
- Ferrero, Mariano (2006). “La glocalización en acción: regionalismo y paradiplomacia en Argentina y el Cono Sur Latinoamericano. Recuperado de [www.idea.org.ar](http://www.idea.org.ar).
- 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.
- Flores, Murilo (2007). La identidad cultural del territorio como base de una estrategia de desarrollo sostenible. Revista Opera, núm. 7, Universidad Externado de Colombia, Bogotá, Colombia. pp. 35-54.
- Galindo Cáceres, Jesús. (2006) Cibercultura. Un mundo emergente y una nueva mirada. CONACULTA. México.
- Galindo Cáceres, L. J. (2011). Ingeniería en comunicación social y promoción cultural: sobre cultura, cibercultura y redes sociales. Rosario: Homo Sapiens Ediciones.
- Gandlgruber, B. y Ricaurte Q. P. (2013) La naturaleza de las redes sociales virtuales y su impacto en el desarrollo económico y político. En Investigar las redes sociales. Comunicación total en la sociedad de la ubicuidad. Islas y Ricaurte coords. Razón y Palabra. Pp. 48-62
- García Canclini, N. (1993). El consumo cultural en México. Cd. de México: CONACULTA.
- Garrido, A. (2003). El aprendizaje como identidad de participación en la práctica de una comunidad virtual. Programa de doctorado sobre la Sociedad de la Información y el Conocimiento. UOC: Recuperado de: <http://www.uoc.edu/in3/dt/20088/index.html>
- Gibbs, Graham. (2012). Análisis de datos cualitativos en investigación cualitativa. Ediciones Morata.

- 
- Giddens, A. (1995). La constitución de la sociedad. Amorrortu. Buenos Aires.
- Giménez, Gilberto (1997), "Materiales para una teoría de las identidades sociales", en Frontera Norte. Vol. 9, Num .18. México. Pp. 09-28
- Giménez, G. (2007). Estudios sobre la cultura e identidades sociales. Cd. de México: CONACULTA.
- Giménez, G. (2009). Cultura, identidad y memoria. Materiales para una sociología de los procesos culturales en las franjas fronterizas. Frontera Norte, 7-32.
- Giones Valls, Aina; Serrat 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). Recuperado de: <http://dx.doi.org/10.1344/105.000001545>. Consultado el 10 de noviembre de 2017.
- Gómez Cruz, E., Arvizu Requena, C., Galindo Núñez, A. (2005). Apuntes sobre la realidad como marco teórico para el estudio de la Comunicación Mediada por Computadora. Andamios. Revista de Investigación Social, 2 (3), 159-174.
- Gómez García, I. (2013). Del meme al imeme, trascendiendo la dimensión lúdica. Entre textos. Num. 15. 9 págs.
- González Reyna, Susana (2000). Lenguaje y comunicación. Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales, Num. 179, abr. 2015. Recuperado de: <http://www.revistas.unam.mx/index.php/rmcpys/article/view/48892>. Consultado el 27 octubre de 2019.
- Grillo M., Papalini V. y Benitez S. (2016). El estudio sobre consumos culturales. En: Estudios sobre consumos culturales en la Argentina contemporánea. CLACSO. Argentina. Pp. 23-58.
- Hine, C. (2004). Etnografía virtual. California: Editorial UOC.
- Human Level. Facebook Ads. Recuperado de: <https://www.humanlevel.com/diccionario-marketing-online/Facebook-ads>. Consultado el 10 de febrero de 2019.
- Instituto Nacional de Geografía y Estadística (2018). Comunicado de Prensa Num. 105/18. INEGI. Recuperado de: [http://www.beta.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2018/OtrTemEcon/ENDUTIH2018\\_02.pdf](http://www.beta.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2018/OtrTemEcon/ENDUTIH2018_02.pdf). Consultado el 22 de mayo de 2018.
- Islas, O. Y Ricaurte, P. (Coords). (2013) Investigar las redes sociales. Comunicación total en la sociedad de la ubicuidad. 1a ed. México, D.F., México. Razón y Palabra.
- Izcarra Palacios, S. P. (2014). Manual de investigación cualitativa. Edit. Fontamara. México.
- Katayama Omura, R. J. (2014). Introducción a la investigación cualitativa: Fundamentos, métodos, estrategias y técnicas. Fondo Editorial de la UIGV.
- Klapk P., Halás M. y Tonev P. (2013). Functional regions: concept and types. Presentado en XVI Coloquio Internacional de Ciencias Regionales. Valtice, República Checa. Del. 19.-21 de junio de 2013. Pp. 94-101.
- Kunh, Thomas S. (1962). Las revoluciones científicas. Fondo de cultura económica. México.

- 
- Llanos-Hernández, L. (2010) El concepto del territorio y la investigación en las ciencias sociales. En Agricultura, sociedad y desarrollo. Vol. 7. Num. 3. Septiembre – diciembre. pp. 207-220.
- LeCompte, M.D., *Et al.* (1999) Researcher Roles & Research Partnerships. Ethnographer’s Toolkit No. 6, Walnut Creek, CA: Altamira Press, Division of Sage Publishers, Inc.
- Lemos, André (2005). Ciudad, comunicación y cibercultura. En Internet Y la sociedad de la información Una mirada desde la periferia Tomo I. Coord. Octavio Islas. Editorial Quipus, CIESPAL. Pp. 227- 263.
- Levato, Vanina (2013). Redes sociales, lenguaje y tecnología. *Facebook*. The 4th Estate Media?. Cuaderno 45 | Centro de Estudios en Diseño y Comunicación (2013). pp 65-77.
- Levy, Pierre (2007). Cibercultura. Informe al consejo de Europa. Anthropos Editorial; México: Universidad Autónoma Metropolitana - Iztapalapa.
- (1999) ¿Qué es lo virtual? Edit. Paidós. Barcelona.
- López de Ayala, M<sup>a</sup> Cruz (2004). El análisis sociológico del consumo: una revisión histórica de sus desarrollos teóricos. En Sociológica, Num. 5, Pp: 161-188.
- López, Guadalupe y Ciuffoli, Clara (2012). *Facebook* es el mensaje. Oralidad, escritura y después. La Crujía Ediciones. Buenos Aires.
- López Levi, L. y Ramírez Velásquez B. R. (2012). Pensar el espacio: región, paisaje, territorio y lugar en las ciencias sociales. En. Reyes Ramos, Ma. Eugenia, López Lara, Álvaro F., Explorando Territorios. Una visión desde las ciencias sociales. Universidad Autónoma Metropolitana. 21-48
- Lozares, C. (1996). La teoría de las redes sociales. Papers, 103-126.
- Mançano Fernande, B. (2005). Movimientos socio territoriales y movimientos socio espaciales. OSAL 283. Año VI no 16 enero-abril. Recuperado de: <http://osal.clacso.org>.
- Marc, E. (2004) La construction identitaire de l’individu. En Halpern, C. & Ruano-Borbalan, J-C (Coord) Identité(s) : L’individu, le groupe, la société. Auxerre, France : Sciences Humaines Éditions.
- Martín Barbero, J. (2002). Jóvenes: comunicación e identidad. Pensar Iberoamérica. Revista de cultura.
- Martín-Barbero, Jesús (2010). Comunicación y cultura mundo: nuevas dinámicas globales de lo cultural Signo y Pensamiento, vol. XXIX, núm. 57, julio-diciembre. Pp. 20-34 Pontificia Universidad Javeriana.
- Martínez Fuentes, G. (2011). Redes Sociales y mundo árabe. En TELOS Num 89. Pp. 105-107. Fundación Telefónica.
- Mazón Fonseca, R. (2011). Estoy en *Facebook*, luego existo. La identidad y las redes sociales. En Revista de Filosofía. Universidad Iberoamericana. Num.131. Pp. 243-268.
- Mejía Llano, Juan C. (2017). Diferencias entre “me gusta” (fans) y “seguir” en las páginas de *Facebook*. qué significan y cuál es más importante para tu empresa. Recuperado de: <https://www.juancmejia.com/redes-sociales/diferencias-entre-me-gusta-fans-y-seguir-en-las-paginas-de-Facebook-que-significan-y-cual-es-mas-importante-para-tu-empresa/>. Consultado el 13 de febrero de 2019.

- 
- Morales Barragán, F. Y Jiménez López F. (2018). Fundamentos del enfoque territorial: actores, dimensiones, escalas espaciales y sus niveles. Centro de Investigaciones Interdisciplinarias en Ciencias y Humanidades. UNAM. México.
- 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.
- Nates Cruz, Beatriz (2006). Evocaciones míticas e identidades actualizadas. Región y dinámica territorial en la construcción del país paisa. Colombia. Universidad de Caldas.
- Nazdruz, Juan A. (2009). Las comunidades virtuales Xbox, interacción y consolidación de sociabilidad en el ciberespacio. Ponencia presentada en la "VIII Reunión de Antropología del Mercosur: Diversidad y Poder en América Latina", organizado por la Universidad Nacional General San Martín (UNSAM) y el Instituto de Altos Estudios Sociales (IDAES). Del 29 de setiembre al 2 de octubre de 2009 en la ciudad de Buenos Aires, Argentina. Recuperado de: <https://paleoindio.files.wordpress.com/2011/11/juan-andrc3a9s-nadzruz-gt71-ram2.pdf>
- Nuñez, Vilma. (2015). Los contenidos más efectivos en *Facebook*. Más de 50 ideas con ejemplos de marcas. Recuperado de: [https://www.dropbox.com/s/er5j18orekii8gs/E-Book-Los-contenidos-mas-efectivos-Facebook.pdf?inf\\_contact\\_key=3fd1b2a964752bee8b81fa08593c4c034189](https://www.dropbox.com/s/er5j18orekii8gs/E-Book-Los-contenidos-mas-efectivos-Facebook.pdf?inf_contact_key=3fd1b2a964752bee8b81fa08593c4c034189). Consultado el 15 de marzo de 2019.
- Packer, M. J. (1985). Hermeneutic inquiry in the study of human conduct. *American Psychologist*, 40, 1081-1093. Recuperado de: <http://www.mathcs.duq.edu/~packer/Pubs/PDFs/1985%20AmPsy.pdf>.
- Palacios L., Juan J. (1983). El concepto de región: la dimensión espacial de los procesos sociales en: *Revista Interamericana de Planificación*. Vol. XVII, No. 66 México, Junio 1983. Recuperado de: <http://www.ucla.edu/ve/dac/Departamentos/AdmPubII/materiales/EL%20CONCEPTO%20DE%20REGION.pdf>
- Pérez Salazar, G. y Aguilar, A. (2012). Reflexiones conceptuales en torno a las redes sociales en las redes sociales: un recorrido de la teoría a las prácticas comunicativas en *Facebook*, *Twitter* y *Google+*". En *Razón y Palabra*. Num. 79. Recuperado de: [http://www.razonypalabra.org.mx/N/N79/V79/06\\_PerezAguilar\\_V79.pdf](http://www.razonypalabra.org.mx/N/N79/V79/06_PerezAguilar_V79.pdf). Consultado el 15 de noviembre de 2017.
- Pérez Salazar, G. (2016). Identidad y tecnologías de la información y la comunicación: una propuesta desde la teoría de sistemas. En *Identidad*,



- 
- multiculturalidad y tecnologías de la información y la comunicación. Cuatro aproximaciones desde la periferia. Ediciones DeLaurel. Pp. 08-34.
- Pons Bonals, L. Y Chacón Reynosa, K. (2017). APUNTE. Los Estudios Regionales: un campo de conocimientos transdisciplinario. Seminario General de Estudios regionales. Doctorado en Estudios Regionales. Universidad Autónoma de Chiapas.
- Pons Bonals, L. y Hernández, L. (2012). En torno a los debates epistemológicos y paradigmas. En Díaz Ordaz Castillejos, E. M y Lara, F (2016). El protocolo de investigación. Enfoques, métodos y técnicas en ciencias sociales y humanas. Tuxtla Gutiérrez: Universidad Autónoma de Chiapas. Pp. 41-96.
- Ramírez Velázquez, Blanca R. (2007). La geografía regional: tradiciones y perspectivas contemporáneas. Investigaciones Geográficas (Mx), número 064. Universidad Nacional Autónoma de México Distrito Federal, México. pp. 116-133.
- Rejón, Fran. (2014). El origen de las redes sociales en Internet – La teoría de los seis grados de separación. Recuperado de: <https://franrejon.wordpress.com/2014/07/16/el-origen-de-las-redes-sociales-en-internet-la-teoria-de-los-seis-grados-de-separacion/>
- Requena Santos, F. (1989). El concepto de red social. Reis, N° 48, pp. 137-152.
- Ricaurte, Paola y Ortega Enequina. (2010). *Facebook* o los nuevos rostros de la socialidad. En Virtualis, Num. 2. Julio - Diciembre. Recuperado de: <http://www.revistavirtualis.mx/index.php/virtualis/issue/view/6>
- Riquelme, Rodrigo (2017). ¿Cuáles son las reglas para la censura en Facebook?. En El Economista. Recuperado de: <https://www.eleconomista.com.mx/tecnologia/Cuales-son-las-reglas-para-la-censura-en-Facebook-20170628-0021.html>. Consultado el 04 de septiembre de 2019.
- Rodríguez G. G., Gil F., García J. (2009). Metodología de la investigación cualitativa. Ediciones ALJIBE. Málaga, España.
- Rueda O, Rocío; Giraldo, Diana (2016). La imagen de perfil en *Facebook*: identidad y representación en esta red social. Revista Folios, núm. 43, enero-junio, 2016, pp. 119-135 Universidad Pedagógica Nacional Bogotá, Colombia.
- Ruiz Méndez M. y Aguirre Aguilar, G. (2015). Etnografía virtual, un acercamiento al método y a sus aplicaciones. Estudios sobre las Culturas Contemporáneas. Época III. Vol. XXI. Número 41, pp. 67-96
- Ruiz Torres, Miguel Ángel. (2004). Ciberetnografía: Comunidad y territorio en el entorno virtual. En Ardèvol, E. y Estalella, E. y Domínguez, E. Coordinadores (2008). La mediación tecnológica en la práctica etnográfica. Edit. Ankulegi. España.
- Salinas, Adriana (2017). La historia real del éxito de la red social Facebook. En Mott Marketing. Recuperado de: <https://mott.marketing/la-historia-real-del-exito-de-la-red-social-facebook/>. Consultado el 23 de octubre de 2019.
- Sánchez, J.L. y Sarabia, D. (2019). Los centros secretos donde Facebook maneja la censura: "Aquí se permite el fascismo y el acoso machista". En El Diario. Recuperado de: <https://www.eldiario.es/tecnologia/bunker-secreto->

- 
- [Facebook-maneja-censura\\_0\\_870713703.html](#). Consultado el 31 de agosto de 2019.
- Santos, Milton (1990). Por una geografía nueva. ESPASA. España.
- Sanz Martos, Sandra (2005). «Comunidades de práctica virtuales: acceso y uso de contenidos». En: Uso de contenidos digitales: Tecnologías de la información, Sociedad del Conocimiento y Universidad [monográfico en línea]. Revista de Universidad y Sociedad del Conocimiento (RUSC). Vol. 2, no 2. UOC. Recuperado de: <http://www.uoc.edu/rusc/2/2/dt/esp/sanz.pdf>
- Sassen, Saskia (2003). Contrageografías de la globalización Género y ciudadanía en los circuitos transfronterizos. Edit. Traficantes de Sueños.
- Schettini, Patricia y Cortazzo Inés (2015). Análisis de datos cualitativos en la investigación social. Procedimientos y herramientas para la interpretación de información cualitativa. Editorial de la Universidad Nacional de La Plata (EDULP).
- Schou, Andreas (2013). Cuidado con los roles de administradores en *Facebook*. Recuperado de: <http://andreasschou.es/2013/02/roles-de-administradores-en-Facebook/>. Consultado el 13 de febrero de 2019.
- Scolari, Carlos (2008). Hipermediaciones. Elementos para una Teoría de la Comunicación Digital Interactiva. Edit. Gedisa. Barcelona.
- Segovia Stanoss, Martín. (2014). La entrevista colectiva como dispositivo para el abordaje transdisciplinar de la identidad socioterritorial. Un acercamiento desde la mirada decolonial. Informes Científicos Técnicos de la Universidad Nacional de la Patagonia Austral. Num 106. Pp. 2017-218.
- Silver, David (1996). Introducing cyberculture. Recuperado de: <http://www.textfiles.com/russian/cyberlib.narod.ru/lib/critica/introcc.html>. Consultado el 02 de abril de 2017.
- Solórzano Thompson, N. y Rivera Garza, C. (2009) Identidad. En Diccionario de estudios culturales latinoamericanos. Szurmuk y Mckee. Siglo XXI editores. México.
- Siqueira, André (2018). Fanpage de *Facebook*: qué es y por qué tu empresa debe tener una. Recuperado de: <https://www.rdstation.com/blog/es/fanpage-Facebook>. Consultado el 12 de febrero de 2019.
- Torres, F. (2011). Territorio y lugar: Potencialidades para el análisis de la constitución de sujetos políticos: El caso de un movimiento de desocupados en Argentina. *Geograficando*, 7 (7), pp. 209-238. En Memoria Académica. Recuperado de: [http://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/art\\_revistas/pr.5099/pr.5099.pdf](http://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/art_revistas/pr.5099/pr.5099.pdf)
- Potencialidades para el análisis de la constitución de sujetos políticos: El caso de un movimiento de desocupados en Argentina
- 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*.
- Trejo Delarbre, R. (2014). Cultura, intercambio y pensamiento en la era de *Facebook*. Recuperado de:

- 
- <https://lared.wordpress.com/2014/02/05/cultura-intercambio-y-pensamiento-en-la-era-de-Facebook/>. Consultado el 02 de febrero de 2019.
- Tully, Claus J. (2008). The asistematic appropriation of the new technologies. Informalization and Contextualization among German Youths. En Revista Internacional de Sociología (RIS). Vol. LXVI, n° 49, Enero-abril, Pp. 61-88.
- Valdés Godínes, J. C y Cabrera Mendoza, E. (2013). Ciberespacios y cibernsiedad, su relación con las formas alternativas de socialización para la apropiación social de las TIC's. Segundo Congreso Virtual Sobre Tecnología, Educación y Sociedad. México. Del 22 al 25 de Enero de 2013. Centro de Estudios e Investigaciones para el Desarrollo Docente. CENID A.C.
- Valenzuela-Arce, J.M. (2000) Introducción. En Decadencia y Auge de las Identidades. Cultura nacional, identidad cultural y modernización. (Coord). México, D.F.: El Colegio de la Frontera Norte/Plaza y Valdés Editores.
- Van Dijck, José. (2016). La cultura de la conectividad: Una historia crítica de las redes sociales. 1ra Edición. Siglo Veintiuno Editores. Buenos Aires.
- Vargas Castro, Ericka (2015). Las funciones del lenguaje de Jakobson en la titulación deportiva: estudio estilístico de la nación y la extra. En Revista de Filología y Lingüística de la Universidad de Costa Rica. Volumen 41 - Número 1. Enero - Junio 2015.
- Villalobos Cavazos, Oswaldo (2016). Del lacandón a la selva lacandona: la construcción de una región a través de sus representaciones y narrativas. LIBRUNAM.
- Wenger, E. (2001). Comunidades de práctica. Aprendizaje, significado, identidad. Paidós. Barcelona.
- Word Reference. *Sine qua non*. Consultado el 24 de octubre de 2019. Recuperado de: <https://www.wordreference.com/definicion/sine%20qua%20non>