

Avances en la Investigación del Uso de Materiales Audiovisuales Realizados en el Programa de Conservación Comunitaria del Territorio¹

Guerrero Melina
TECC-FA-UNCPBA- becaria investigadora Conicet
melinaquerrero9@yahoo.com.ar

El presente trabajo pretende exponer algunas preguntas y reflexiones sobre la metodología empleada, así como también algunos hallazgos, en una primera aproximación para conocer el uso que hacen de las piezas audiovisuales los diferentes actores sociales que forman parte del Programa de Conservación Comunitaria del Territorio (FCV-UNCPBA)².

La intención del estudio original es conocer la relación que puede existir entre los formatos audiovisuales, las plataformas de comunicación y las percepciones de las comunidades involucradas en la conservación de sus territorios.

En este sentido, la etapa inicial de trabajo, reúne diferentes instrumentos que permitan conocer el uso y apropiación que hacen los integrantes del programa sobre las piezas audiovisuales creadas dentro del mismo. Llevarla adelante de manera rigurosa y responsable, permitirá construir de manera sólida el escenario sobre el cual se podrán tomar decisiones acordes y efectivas sobre producciones audiovisuales futuras, y de este modo, desarrollar de manera estratégica la comunicación.

A continuación, se presentarán algunos aspectos que se han tenido en cuenta inicialmente para llevar adelante la investigación.

¹ Esta investigación se encuentra enmarcada en una beca doctoral de CONICET iniciada en 2019.

² En el año 2009 inició un proyecto de investigación sobre contaminación por plomo derivado de la caza en humedales de la provincia de Santa Fe y su impacto sobre la salud del ambiente, la fauna y las personas. Después de varios años de acciones en el territorio, en el 2017, por resolución 084/17 del Honorable Consejo Académico de la facultad de Ciencias Veterinarias (UNCPBA), fue declarado finalmente Programa, bajo la dirección de M.V. Andrea Caselli, quien actualmente continúa desempeñando ese rol.

Contexto, Actores y Herramientas

En primer lugar, el marco en donde se desarrolla la investigación es, como se mencionó anteriormente, el Programa de Conservación Comunitaria del Territorio (PCCT). Este programa busca desde la profesionalización acercar herramientas a las comunidades para que puedan tomar mejores decisiones en conservación hacia sus territorios, principalmente aquellos que se encuentran rodeados de humedales. Su alcance actual llega a seis provincias de Argentina, pero para los intereses de este estudio, se seleccionaron sólo tres de ellas, Buenos Aires, Córdoba y Santa Fe.

Una característica fundamental del programa es la creación de una red de personas que se involucran en las decisiones en conservación de sus territorios, llevando adelante diferentes actividades que fomentan el trabajo colaborativo y favorecen la expansión de esa red.

En esta línea, es interesante no sólo estar atentos a esta relación entre pares, más sólida y sostenida en el tiempo, sino también reconocer la actividad que se desarrolla en la generación de otras redes, como son las vinculaciones a partir de las redes sociales informáticas. ¿Qué otras perspectivas nos aportan de la relación de los integrantes del programa con el ambiente? ¿Qué información podemos obtener del uso que ellos hacen de estas redes y de las piezas de comunicación que por ahí circulan?

Otro aspecto del contexto de estudio fue determinado por la realidad de la pandemia que afecta al mundo entero y así como todos los aspectos de nuestra vida se vieron modificados, el consumo de medios no fue la excepción. A partir de esta situación, sería interesante explorar los hábitos, principalmente el carácter de los audiovisuales, que fueron moldeándose a partir de la pandemia para sumar una dimensión más de análisis con la cual poder comparar. Del mismo modo, podría atenderse a los contenidos de la información relacionada a la salud integral de los ecosistemas. ¿Aumentaron las búsquedas de material audiovisual explicativo o relacionado a la salud del ambiente, la interrelación entre especies y la importancia de conservación?

Con respecto a los primeros instrumentos seleccionados para comenzar la indagación, por un lado, se optó por explorar las redes sociales oficiales del programa, en una búsqueda “más

silenciosa” quizás, sin consultar a ningún integrante del programa directamente. Mientras que, por el otro lado, se optó por un cuestionario semiestructurado realizado a diversos actores del programa, particularmente, diplomados y facilitadores³ de provincias diferentes, cuyo objetivo era indagar sobre qué usos le daban a las piezas audiovisuales del programa, qué contenidos percibían como necesarios a la hora de comunicar, a quiénes lo hacían y qué sugerían para mejorar la comunicación en el programa.

A continuación, se detallan ambos tipos de instrumentos.

Redes sociales, Aplicaciones Informáticas

En primera instancia, seleccionar qué redes sociales iban a ser analizadas no fue una tarea compleja, aunque el uso diverso que se les ha dado en todo este tiempo y la diferencia en los inicios de actividades en cada una, hace difícil la comparación para iguales escalas temporales. Por este motivo, se intentó trabajar en períodos de tiempo hacia adentro de cada una de las aplicaciones informáticas, para luego compararlas con una línea de tiempo creada especialmente a partir de los eventos más sobresalientes de la actividad dentro del PCCT, atendiendo a las menciones realizadas que orientaran posiblemente hacia contenidos publicados en las diferentes redes sociales oficiales. La más antigua es la cuenta de Facebook, convertida en página (creada por Jorgelina Silva, custodia Bs As 2015), activa en la actualidad, inicialmente conviviendo con un grupo (creado por Rubén Núñez, custodia Bs As 2015) y una cuenta de perfil (creada por Ayelén Muchiutti, custodia Santa Fe 2014) que, previo al inicio de esta recopilación, se optaron por discontinuar. El 15 de mayo de 2015 se registró la primera publicación sobre la inscripción a la primera edición de la diplomatura. Al 25 de mayo de 2020, que se hizo la última consulta para este estudio, la página contaba con 1290 seguidores.

³ El programa posee dos herramientas de formación para la conservación, una es la Diplomatura Universitaria en Educación para la Conservación del Territorio (FCH-UNICEN) y la otra, es el Trayecto formativo para Facilitadores Territoriales (FCV-UNICEN) (de carácter virtual).

El 24 de mayo de 2018 se inicia el canal de YouTube de Custodios del Territorio, activo hasta la actualidad. El primer video subido correspondía a una actividad final de un curso de posgrado sobre agroecología en La Plata y fue compartido en carácter oculto. El primer video público fue el que se realizó para promocionar los 3 concursos del programa, a partir de una animación con motion graphics, el 27 de junio de 2018.

La plataforma de YouTube es usada por el programa como el mayor almacén de los videos generados y desde allí se comparten. Dentro de los primeros dos años desde su apertura, el canal registró 75 suscripciones, un poco más de 5000 visualizaciones con un total de 50 videos entre publicados y ocultos. El video más observado de ese período es el documental de 75 minutos *Custodios del Territorio*, con más de 1000 visualizaciones.

La cuenta de Instagram comenzó el 29 de marzo de 2019, y no fue sino hasta mayo de 2020 que se convirtió la cuenta a una de “tipo empresa”, que habilita la opción de conocer las estadísticas de todas las publicaciones realizadas a partir de esa fecha. La primera publicación realizada el 1 de abril de 2019 anunciaba el período de inscripción al trayecto formativo.

En líneas generales, la historia de uso de las redes sociales en el programa, da cuenta de la falta de planificación y de ordenamiento de roles e informaciones a difundir. Principalmente, se han destinado a difundir las propuestas educativas y de formación propias. Existen publicaciones que se hicieron en simultáneo en todas las redes y también otras que quedaron exclusivas de cada una, haciendo su comparación más compleja.

Es importante partir de la diferenciación que algunos hacen dentro de las plataformas sociales, entre redes sociales (Facebook, YouTube, Instagram, TikTok, Reddit, Qzone, LinkedIn, Pinterest, entre otros) y aplicaciones de mensajería (WhatsApp, Messenger, WeChat, Skype, Snapchat, Telegram y otros) (We are social et al. 2020). Para el estudio, la mayoría son redes sociales, entendidas como “un grupo de aplicaciones informáticas que se basan en los fundamentos ideológicos y tecnológicos de la web 2.0” (Kaplan & Haenlein, 2010, p. 61), donde el contenido y las aplicaciones ya no son creadas y publicadas por

individuos únicos, sino que son constantemente modificadas por todos los usuarios de manera participativa y colaborativa (Stieglitz et al. 2018, p. 157).

En cuanto a las aplicaciones de mensajería consultadas para este estudio, en principio, comprendería solamente a WhatsApp, esperando indagar un poco más en el uso de otras posibilidades, a partir de los datos de las encuestas que se realicen.

Según datos reportados por la agencia We are social y otros colaboradores (2020), en enero de 2020, en Argentina se registraron 34 millones de usuarios activos de redes sociales sobre un total de la población consultada a Naciones Unidas de 44.99 millones de personas, aproximadamente un 76% de la población. Especificando que en el último mes del estudio (diciembre 2019), 95% de los usuarios entre 16 y 64 años reportaron el uso de YouTube, 90% de Facebook y 92% de Whatsapp, redes más difundidas entre los integrantes del programa. Por su parte, el INDEC (2020) presentó en su informe *Acceso y uso de tecnologías de la información y la comunicación (encuesta permanente de hogares)*, evaluando el cuarto y último cuatrimestre de 2019, que se registró un incremento en el uso de internet y de teléfono celular; acompañados de un descenso en la utilización de computadora (notebook, netbook, tablet) respecto del mismo período del año anterior (p. 10).

Estos datos que presentan un estado actual del uso de ciertas tecnologías por parte de la población, suman información que servirá a futuro para una comparación o entendimiento de ciertos fenómenos que pudieran darse con respecto al uso de las redes sociales. Es importante contar con esta información que es un dato que nunca se podría obtener en el marco de la investigación actual, pero no deben ser estudiados en soledad, ya que conociendo las fuentes y la metodología del estudio, son estimaciones.

Analíticas de las Redes Sociales

A partir de las lecturas realizadas en materia de análisis de datos obtenidos de aplicaciones informáticas, se puede conocer el marco con respecto al uso de las analíticas para trabajos de investigación.

Pensar en el trabajo con analíticas de redes sociales comprende el desarrollo y evaluación de herramientas informáticas y marcos de trabajo para recolectar, resumir, analizar y visualizar los datos de las redes sociales; además de facilitar conversaciones, interacciones y extraer patrones útiles (Zeng et al. 2010, p. 14).

En este sentido, pueden reconocerse algunas etapas clave para el proceso de uso de estos datos. Basada en Fan (2014) y Stieglitz y colaboradores (2018), se inicia con una etapa de *captura* o *descubrimiento*, donde se accede a la información cruda o disponible de las diferentes fuentes de redes sociales. La siguiente etapa es una de *preparación* o *entendimiento*, donde debido al gran volumen de información disponible, no toda resulta relevante a nuestros objetivos de investigación, suele ser conocida como información “ruidosa” o que no posee la suficiente calidad, para organizar en modelos o tablas, los datos útiles y así pasar a la etapa de *análisis*, la cual puede involucrar el uso de métodos estadísticos y otras metodologías. Finalmente, llega la etapa de *presentación* o *visualización*, el momento en que se comparten los datos importantes de una manera significativa y relevante al estudio. La forma debe ser clara, de fácil lectura y comprensión sobre las conclusiones. Los formatos más utilizados suelen ser los gráficos de barra, los de torta y las curvas.

En ciertas ocasiones, ocurre que una vez iniciado el proceso de búsqueda y selección de información, uno empieza a preguntarse con otra profundidad sobre algunos aspectos que pueden llamar su atención o derivar de conclusiones a partir de la lectura primaria de estos datos. Es en estas situaciones en que uno indaga e intenta descubrir información específica que no encuentra en la base de las analíticas de las redes. Esto se debe al incremento en las restricciones al acceso de algunos datos por parte de algunas compañías para empezar a monetizarlos (Batrinca 2014, p. 115), hecho que lleva a muchos investigadores a asociarse con algunas empresas informáticas y a otros, a estudiar sólo lo que encuentran disponible. Según Toivonen (2019), en cada etapa, pero particularmente en la de análisis y conclusiones sobre los resultados, es necesaria la valoración de los mismos de forma crítica. Es decir, estos deben ser comparados con otra información disponible en caso de ser posible. No hay

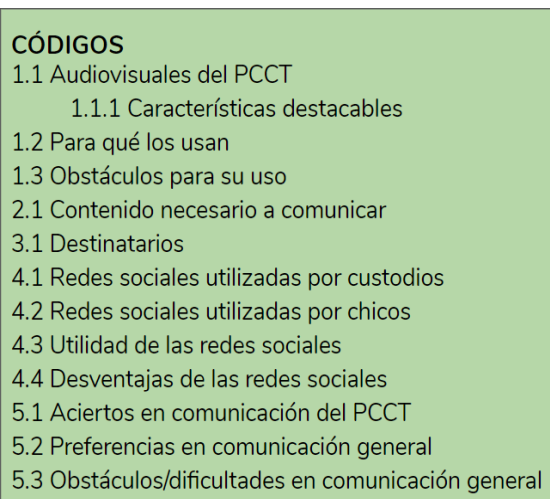
que olvidar que los datos de las redes sociales son generados de manera espontánea por los usuarios, y pueden servir como fuente de información acerca de lo que a ellos les interesa en cuanto a contenido y preferencias de plataformas, pero siempre atendiendo al posible sesgo de estos datos (p. 312).

Primer Cuestionario

Atendiendo a esta recomendación, la prueba sobre otro instrumento que permitiera explorar el uso que se hace de los audiovisuales en el programa, fue un cuestionario breve de 5 preguntas, realizado entre noviembre 2019 y mayo 2020 a diferentes integrantes del programa. Inicialmente, la idea era registrar en video la totalidad de las entrevistas, pero por cuestiones de conectividad en algunos casos, y por preferencia de los entrevistados, en otros; algunas quedaron registradas solamente en audio.

De la transcripción y posterior reagrupamiento, se creó la siguiente serie de códigos (ver Fig.1), que permiten ordenar y clasificar la información obtenida para facilitar el análisis y la comparación con otros instrumentos.

Figura 1.



CÓDIGOS
1.1 Audiovisuales del PCCT
1.1.1 Características destacables
1.2 Para qué los usan
1.3 Obstáculos para su uso
2.1 Contenido necesario a comunicar
3.1 Destinatarios
4.1 Redes sociales utilizadas por custodios
4.2 Redes sociales utilizadas por chicos
4.3 Utilidad de las redes sociales
4.4 Desventajas de las redes sociales
5.1 Aciertos en comunicación del PCCT
5.2 Preferencias en comunicación general
5.3 Obstáculos/dificultades en comunicación general

Códigos identificados a partir del trabajo de transcripción y análisis de las entrevistas iniciales.

Fuente: elaboración propia basada en material de cátedra del curso Técnicas de Investigación Cualitativa I Entrevistas en Profundidad y Grupos Focales de Discusión (Dra. Carina Cortassa - Dra. Gabriela Neffa, 2020)

Los primeros puntos de los códigos responden directamente a las preguntas realizadas, el resto de los puntos surgieron de las respuestas de los entrevistados.

Algunas primeras observaciones tienen que ver con lo que se entiende por audiovisuales, ya que algunas de las respuestas hacen referencia a diferentes tipos de materiales, por ejemplo juegos y libros.

Otro detalle es la manera con que se refieren a los videos, porque no se suele usar el título con el que son publicados. Este punto puede dar algunas pautas sobre qué imágenes o características quedan en la memoria o llaman más su atención. Del mismo modo, se puede apreciar que refieren en mayor medida al carácter corto de la duración de las piezas más vistas o solicitadas, aspecto altamente relacionado con el contexto escolar en donde la mayoría desarrolla sus actividades. Por ejemplo, “son bien cortitos, bien concisos...” (Docente de Cs. Naturales, diplomada Bs. As.), o “No me acuerdo si es ese o ¿hay otro parecido a ese? Es uno bien cortito que te dice ‘de investigación, de extensión...’ es bien sintético” (Profesora de Biología y Química, diplomada Bs. As.).

El reconocimiento de obstáculos al momento de hacer uso de los materiales es un punto muy importante y determinante de la disposición de las piezas para su difusión. Algunos aspectos no se han tenido en cuenta y hacen que se vuelva difícil compartir y circular las piezas entre los diferentes integrantes del programa. Un ejemplo es este testimonio, “si estuviera en un formato de compartirlo en Whatsapp, yo lo viralizo a un millón y medio de humanos. Pero estando en la página, no puedo hacerlo...” (Agente de turismo, diplomado Sta. Fe).

Sin dudas, esta primera prueba de cuestionario permitió reconocer algunos aspectos que no se habían pensado hasta el momento con respecto al uso que se hace de las piezas audiovisuales y permitió conocer algunas de las preferencias en materia de contenido y formato. Del mismo modo, la falta de experiencia en llevar adelante este tipo de actividades resultó en tener que repetir varias veces las preguntas o atender a su redacción para una mejor comprensión.

Conclusión

Recuperando lo expuesto anteriormente, es importante recordar los objetivos que se plantean a la hora de consultar la información de las analíticas de las redes sociales, porque el volumen de datos se vuelve inabarcable. Por otro lado, es necesario atender al trabajo en combinación entre distintos instrumentos, como encuestas, entrevistas en profundidad o grupos focales de discusión, que permitan el trabajo a distintas distancias de los actores sociales estudiados. Pero también, porque nos va a permitir comparar la calidad de la información obtenida y así construir con más solidez los escenarios de estudio, comprendiendo qué y a quiénes representa dicha información.

De este modo, se podrán aportar herramientas para tomar mejores decisiones en la comunicación de temas de conservación dentro del programa.

Referencias

Batrinca, B. y Treleaven, P. (2014). *Social media analytics: A survey of techniques, tools and platforms*. AI & SOCIETY. 30. 89-116. 10.1007/s00146-014-0549-4.

Fan, W. y Gordon, M. (2014). *The Power of Social Media Analytics*. Communications of the ACM. 57. 74-81. 10.1145/2602574.

INDEC (2020). *Informe técnico Acceso y uso de tecnologías de la información y la comunicación*. EPH. Publicado el 13/5/2020.

https://www.indec.gob.ar/uploads/informesdeprensa/mautic_05_20A36AF16B31.pdf

(consulta al 10/10/2020)

Kaplan, A.M. y Haenlein, M. (2010). *Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media*. Business Horizons, Vol 53, Issue 1, p 59-68, ISSN 0007-6813, doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003.

Stieglitz, S; Mirbabaie, M.; Ross, B. y Neuberger, C. (2018). *Social media analytics – Challenges in topic discovery, data collection, and data preparation*. International Journal of Information Management. 39. 156-168. 10.1016/j.ijinfomgt.2017.12.002.

Toivonen, T.; Heikinheimo, V.; Fink, C.; Hausmann, A.; Hiippala, T.; Järvi, O.; Tenkanen, H. y Di Minin, E. (2009). *Social media data for conservation science: A methodological overview*. Biological Conservation, Vol 233, p 298-315, ISSN 0006-3207. doi.org/10.1016/j.biocon.2019.01.023.

We are social, Hootsuite, Data Reportal, Kemp, S. (2020). *Reporte digital 2020: Argentina*. <https://datareportal.com/reports/digital-2020-argentina?rq=argentina> (consulta al 10/10/2020)

Zeng, D.; Chen, H.; Lusch, R. y Li, S-H. (2010). *Social media analytics and intelligence*. IEEE Intelligent Systems, 25(6).

Publicado en el libro: *Investigaciones sobre Prácticas y Producciones Artísticas - Avances Colectivos (con distancia social) en Pandemia*
Disponible en: <http://www.arte.unicen.edu.ar/artepublicaciones/>