

Autora: Irit Bonder Grimberg

Institución: Facultad de Ciencias Políticas y Sociales (FCPyS) de la Universidad Autónoma de México (UNAM)

Correo Electrónico: iritbonder@gmail.com

NETNOGRAFÍA:

APLICACIÓN DE TÉCNICAS ETNOGRÁFICAS EN LA WEB 2.0

Hoy en día se habla de que la tecnología ha acercado al mundo de una forma sin precedentes: por medio de las redes sociales es posible comunicarse con distintas personas sin importar donde se encuentren, siempre y cuando tengan un dispositivo a la mano, ya sea una computadora, un celular o una tableta. Esta posibilidad de conectarse por esta vía representa una oportunidad para influenciar a los demás de distintas formas, ya que las plataformas de hoy en día (como lo son los foros de discusión, los chats, las redes sociales, los wikis, entre otras) permiten a los usuarios participar en la generación de contenidos que se publican. Esto hace que la comunicación deje de ser unidireccional, donde el emisor es quien externa un mensaje y el receptor quien lo reciba, y se convierta en una comunicación dialógica. Esto da lugar a la Web 2.0 o Web Colaborativa (por asumir que los consumidores al participar en este fenómeno se convierten en prosumidores, o sea, consumidores y productores de contenidos).

Esta nueva forma de comunicación empodera cada vez más al ciudadano, otorgándole nuevas plataformas para expresarse en asuntos políticos, así como medios de participación política. También, este fenómeno comunicativo ha revolucionado algunas interacciones sociales, las cuales deben ser estudiadas por la sociología, y al ser un fenómeno comunicativo, las ciencias de la comunicación tienen la tarea de investigarlo. Sin embargo, hay algunas dudas sobre como estudiar este fenómeno: ¿cuáles son las características de estas comunicaciones? ¿En qué se diferencian de las comunicaciones telefónicas o personales? ¿Cuál es la forma correcta de utilizar los materiales en línea para realizar investigaciones? O dicho de otra forma, ¿existe una metodología para comprobar hipótesis por medio de las interacciones sociales que se dan en línea?

La respuesta es sí, para analizar correctamente los contenidos que se generan en línea (así como cualquier otro contenido) se debe seguir una serie de pasos que den lugar a resultados científicos, los cuales se enumeran a continuación, comenzando por un proyecto de investigación, el cual se realiza de la misma forma que cuando los datos que se analizarán se recolectan por otras vías.

Los proyectos de investigación son una guía para llevar a cabo la investigación correspondiente, siendo misión del mismo investigador llegar a los planteamientos correctos para que se llegue a resultados concluyentes y por ende, se pueda considerar que la investigación es científica. Para realizar los proyectos de investigación, el investigador se debe plantear lo siguiente:

1. Planteamiento del problema (¿qué se va a investigar?)
2. Justificación de la investigación (¿por qué se va a investigar?)
3. Establecimiento de objetivos, (¿para qué se va a investigar)
4. Con base a la pregunta de “para qué se va a investigar?” se plantean los objetivos de la investigación, la pregunta de investigación y la hipótesis que se desea probar.
5. Plantear los objetos y sujetos de estudio (¿Quién y qué se va a investigar?)
6. Describir los conceptos teóricos que se utilizarán durante la investigación o, dicho de otra forma, redactar el Marco Teórico
7. Tomando en cuenta las respuestas a las preguntas anteriores, se procede a elegir una metodología.

El proyecto de investigación concluye con la justificación de la metodología que se utilizará en la investigación, así como la descripción de la misma metodología, de tal forma que quede un planteamiento completo. Es importante considerar que, la elección de una metodología es una de las partes más importantes y delicadas cuando uno planea como realizar un experimento social. Al elegir la metodología, implícitamente el investigador elige la teoría a utilizar (la cual tiene que ser compatible con dicha metodología), la forma de recabar los datos y la forma de analizarlos. Siendo así, es importante destacar que, la netnografía, o sea, el recabar datos de internet para posteriormente analizarlos con un objetivo, no es recomendable para todos los experimentos que se realicen. Esto se debe a que diversos fenómenos que se describirán a continuación.

1. ACCESO

Para diseñar una investigación en donde se recolecten los datos en línea es indispensable que nuestros sujetos de estudio tengan acceso a Internet, esto implica que tengan a su disposición (aunque sea temporal) un dispositivo para acceder a Internet, que sepan utilizar estas herramientas y, por último, que quieran utilizar la computadora para comunicarse. Por ejemplo, las personas de mayor edad tienden a evitar utilizar la computadora para leer noticias y mucho menos para expresarse en los foros de discusión y chats colectivos, por lo que la investigación debe contemplar este sesgo.

A su vez, dadas las características de Internet, las personas analfabetas no participan en los chats, foros, redes sociales, etc, lo que representa otro sesgo en los resultados de estas

investigaciones, además que es un grupo social que es imposible investigar por este medio, por su falta de acceso al mismo. En este sentido, es importante considerar que también las personas de origen indígena que no sepan leer idiomas en los que se encuentren las principales plataformas, quedan fuera de las comunicaciones mediadas por computadora. Incluso aquellas que tengan un manejo de estos idiomas, muchas veces no participan en estas plataformas por pena, siendo otro sesgo a las investigaciones. También, estas investigaciones pueden dejar fuera a personas con ceguera, en caso de no tengan acceso a tecnologías de lectura y escritura por medio de voz.

La relevancia de que se deje fuera estos grupos sociales de la investigación, dependerá del planteamiento de la misma investigación: si alguna persona vislumbra una cierta participación de estos grupos en la red, podría tener un tema interesante a investigar. En caso contrario, la relevancia de dejar fuera estos grupos sociales dependerá de su representatividad dentro de la sociedad a la que pertenecen, y si tienen o no una postura diferente al resto de la sociedad. En muchas ocasiones, es importante realizar una búsqueda documental sobre las posiciones de estos grupos ante el tema sobre el cual se realizará la investigación. En caso de no ser relevante y/o representativo, se puede continuar con la investigación, en caso contrario lo recomendable es tomar nota y mencionar en el reporte final que existe este sesgo y complementar la investigación recolectando datos de forma presencial.

Otro aspecto que se debe tomar en cuenta cuando se trabaja con datos recolectados de Internet es la posibilidad de dejar fuera a los grupos económicos menos favorecidos. De hecho, se ha llegado a plantear la existencia de una “brecha digital”, describiendo que el Internet era un fenómeno masificado solamente dentro de una clase social, dejando de lado a los que menos tienen. Esta aseveración es cierta en algunas sociedades, siendo incorrecta en otras: por ejemplo, en Estados Unidos hay un acceso generalizado a estos medios de comunicación, mientras que en sociedades agrarias esto tiende a ser cierto.

En el caso de Costa Rica, el uso de Internet y de las plataformas que se han generado (como las redes sociales) se ha “generalizado” en los ambientes urbanos: el 72% de la población de la Gran Área Metropolitana utilizó Internet en el 2012, y el 57% de esta misma población ingresó las redes sociales.¹ Incluso se puede llegar a afirmar que, las personas que no utilizan estas herramientas se debe a una brecha generacional ya que el 97% de los jóvenes entre 12 y 17 años tienen acceso al Internet, el 90% de los jóvenes de 18 a 24, mientras que solamente el 55% de las personas de entre 45 y 54 años de edad, y el 23% de las personas mayores de 55 años utilizan esta herramienta. Por lo tanto, si utilizamos esta metodología para analizar ciertas comunicaciones de la sociedad costarricense, se debe considerar que la información tiene dos sesgos importantes: el primero el dejar a las personas de edad avanzada fuera de la muestra, y el segundo, el desconocer hasta qué punto

1UNIMER, Red 506: Estudio de Internet y Redes Sociales, El Financiero, 2013.

participan en estas comunicaciones personas fuera de la Gran Área Metropolitana. Sin embargo, si lo que se desea estudiar es qué temas son los que más preocupan a los universitarios costarricenses, esta puede ser la metodología más conveniente (ya hablaremos de las ventajas).

2. IDENTIDADES Y ANONIMATO EN LÍNEA

Otro aspecto que se debe tomar en cuenta al decidir si es conveniente recolectar datos por Internet para cualquier estudio social es que, las comunicaciones mediadas por computadora se caracterizan por otorgarle un mayor control al usuario de su identidad: a diferencia de las llamadas telefónicas y de las comunicaciones presenciales, donde interfieren factores como la vestimenta, la voz, la imagen corporal, entre otras variables difíciles de controlar que afectan la percepción que tiene el receptor del emisor, en las comunicaciones mediadas por computadora las personas eligen la forma en la que se presentarán (un alias, un acrónimo, etcétera), así como la imagen de perfil y la tipografía con la que se comunicarán, siendo el factor más relevante las palabras que eligen para comunicarse. Esta “idea” de anonimato permite, en muchos de los casos, que las personas se expresen de una forma más libre a como lo harían en persona, ya sea por miedo o por vergüenza. Es por ello que la investigación de las comunicaciones mediadas por computadora aporta diferentes mensajes a los que se obtendría en otro tipo de investigaciones.

Esto representa otro aspecto que ha llamado la atención a los científicos sociales: ¿por qué los mensajes que se emiten en Internet tienden a ser diferentes a los mensajes que se emiten en otros medios? Parte de la causa es el anonimato y la seguridad que sienten los participantes al ser comunicaciones mediadas por computadora, por lo que muchos están investigando las diferencias entre los mensajes emitidos por estos medios y los mensajes que se dan entre un grupo social, o entre miembros de determinado grupo social y miembros de otro grupo social.

Esto también representa un obstáculo para ciertas investigaciones específicas, en las cuales se requiere que todos los participantes pertenezcan a un determinado grupo social. En este caso, hablaré de mi caso personal: para investigar la percepción que se tiene de sobre México en Estados Unidos, realicé diversos análisis de contenidos a comentarios que la gente emitía a ciertas notas que se publicaban en el portal del *L.A. Times*. Esto representa una falla en mi investigación, ya que personas de todo el mundo tienen acceso a este portal, siendo mi interés investigar únicamente la percepción de México en Estados Unidos, y a pesar de que eliminé comentarios de personas con seudónimos que los delataban como mexicanos (como UNAM76), seguramente analicé diversos comentarios de personas de otras nacionalidades, incluidas las de algunos inmigrantes ilegales. Sin embargo, debido al costo que representaba viajar a Estados Unidos para realizar esta investigación y a los

riesgos que conlleva (por estar relacionada con aspectos del narcotráfico), decidí que a pesar de esta evidente falla, podía recabar información de esta forma para llevar a cabo esta investigación, al ser una forma económica de acceder a la sociedad estadounidense y de mantenerme en el anonimato a mí y a la investigación.

3. ACCESO A OTRAS SOCIEDADES

Una de las ventajas que ofrece el recolectar datos en internet es la oportunidad de acceder a otras sociedades (además de la propia), o en su defecto, ciertos círculos cerrados dentro de la misma. Con la búsqueda correcta de datos, en Internet se puede encontrar foros de discusión, chats, entre otras comunicaciones que se dan dentro de un contexto cultural diferente al propio, las cuales pueden ser analizados siempre y cuando se puedan superar los siguientes dos obstáculos:

- a) Idioma: es indispensable comprender la información a analizar, por lo que se requiere un buen manejo del idioma en el que se encuentra la información. Esto no quiere decir solamente saber traducir literalmente la información correspondiente, sino que implica un conocimiento de las expresiones y de ciertas palabras que tienen diferentes significados según el contexto en dicha cultura.

Muchas veces no se realiza una investigación en un idioma distinto al propio, pero si en una cultura distinta donde ciertas palabras tienen otros sentidos. Por ejemplo, si el investigador es mexicano y sus sujetos de estudio son los costarricenses, debe entender la jerga propia de este país, incluyendo los dichos. También implicará poder distinguir subgrupos dentro de la misma sociedad. En este caso, si los sujetos se hablan de usted serán de una generación distinta a si se hablan de vos.

- b) Barreras culturales: el investigador debe entender y estar familiarizado no solamente con el lenguaje propio de la sociedad, sino que debe estar familiarizado con los aspectos culturales que hacen única a la cultura en cuestión. Por ejemplo, en el caso de Estados Unidos, la creencia de que es una sociedad “excepcional” es generalizada y aceptada, siendo el “Excepcionalismo Estadounidense” una característica propia de la misma sociedad. Antes de interpretar comentarios de estadounidenses sobre otros países es importante estar familiarizado con el concepto del “Excepcionalismo Estadounidense” y sus interpretaciones expansionistas y proteccionistas.

En los casos donde no se puedan superar estos dos obstáculos, la interpretación de los datos será errónea y sin fundamento, siendo esto indispensable para que se realice un análisis etnográfico, ya sea que se recolecten los datos de forma presencial o por Internet.

4. ANONIMATO DEL INVESTIGADOR Y LA INVESTIGACIÓN

Otra ventaja que ofrece recolectar los datos en línea está relacionada con el anonimato para la investigación como para el investigador.

Aprovechando del control de identidad que nos dan estas plataformas, el investigador puede crear una cierta identidad para ingresar a estos foros de discusión de ciertos grupos cerrados, o en su defecto, analizar conversaciones que se encuentran posteadas en estas plataformas sin que los participantes se inmuten que están siendo analizados y, como consecuencia, evita que los mensajes dejen de ser sinceros (como ocurre en investigaciones presenciales, donde los investigados se dan cuenta que están siendo analizados y cambian su comportamiento).

Esto también permite analizar conversaciones de temas sensibles: el investigador pasa desapercibido y puede a su vez estar al tanto de conversaciones de temas sensibles para otros grupos sociales (como son los comentarios racistas, que no son bien vistos en foros abiertos y que de hecho se pueden denunciar en determinadas plataformas, como el portal del *L.A. Times*), o comentarios sobre temas delicados como lo es el narcotráfico y la legalización de sustancias psicotrópicas.

Además, estos estudios ofrecen algunas ventajas para realizar investigaciones donde también el investigador requiere de anonimato: en este caso, el rastro que deja el investigador es casi imperceptible (solamente se ve desde estadísticas de visitas y tiempo en una página), sin que cambie el rumbo de una conversación el hecho de saberse sujetos de un estudio. También, la investigación netnográfica ofrece la posibilidad de guiar las conversaciones según las necesidades del investigador, sin embargo, para eso requiere de conocer las características y los sentidos que se le da a ciertas expresiones dentro de la investigación, ya que puede participar selectivamente (incluso generando una identidad) que pudiera servir para cumplir con el objetivo de estudio.²

Es importante destacar que, además del anonimato de la investigación y la sinceridad de los mensajes que se observan, la investigación netnográfica ofrece otras ventajas: facilidad de acceder a los datos, bajo costo en la recolección de datos, y la facilidad de guardarlos.

En los casos en los que se decide que es conveniente recolectar los datos en red, es importante tomar en consideración algunos aspectos teóricos de la netnografía, o sea, de

² *Ibidem*, pp. 68-74.

adaptación de técnicas etnográficas a las comunicaciones mediadas por computadora. Para ello, revisaremos algunos conceptos del teórico Kotzines, uno de los pioneros en estas técnicas de recolección de datos que ya se encuentran en la red.

ASPECTOS TEÓRICOS PLANTEADOS POR KOTZINES

Kotzines es uno de los pioneros en este campo quien adapta las técnicas de investigación etnográfica a las comunicaciones mediadas por computadora, surgiendo así la netnografía.³ Según Kotzines, la netnografía se puede definir como “el estudio de la forma en la que se genera conocimiento, y las experiencias de aprendizaje que ocurren a través de una experiencia en red en la que se construye un discurso entre miembros de una comunidad online”.⁴ Al constituir estas comunicaciones un discurso en una determinada comunidad (aunque sea virtual), este material se puede analizar utilizando las diversas técnicas que ofrece la etnografía, como lo son la entrevista, focus groups, recolección de datos, análisis de redes, entre otros.

Cada una de estas técnicas se puede realizar solamente utilizando algunos de las plataformas que existen en red debido a sus características. Debido a ello, se debe considerar la forma de interacción entre los participantes de cada una de las plataformas, las cuales se describirán a continuación:

- El texto lo escribe una sola persona, o sea que se define como **autorial**, o los usuarios colaboran para generar los contenidos de una forma **inclusiva**.

La mayoría de las interacciones que se observan en línea son de forma autorial, donde una persona o equipo de personas generan los contenidos, sin dejar que el resto de los usuarios alteren el contenido, como es el caso de las notas periodísticas en ciertos portales, blogs, instagram, twitter, entre otras, a pesar de que después de un cierto contenido se permita hacer comentarios a los mismos y estos cambien un poco de sentido.

Sin embargo, los únicos formatos que permiten que el texto se realice de forma autorial son las plataformas “wiki”, donde los aportes de cada uno se diluyen en el texto y no se conoce quién aportó que información.

3 Kotzines, Robert. “Netnography, Doing Ethnographic Research online”. Sage-London, 2010, pp. 4

4 *Ibidem*, pp. 2

Considerando estas características se puede concluir que los “wikis” no son una plataforma que se pueda utilizar como para realizar entrevistas en línea, y mucho menos focus groups, ni análisis de redes, solamente sirve para recolectar datos.

- Cada uno de las plataformas tiene un Grado de Dialogismo distinto, el cual se refiere a la forma en la que los usuarios se comunican entre ellos al utilizar dicha plataforma. Existen diferentes grados de dialogismo:
 - Simétrico: cuando todos los comentarios se valoran de la misma forma, como lo que sucede en los foros de discusión, los chats y las redes sociales. En este caso, se pueden realizar focus groups (que son entrevistas grupales) y la recolección de datos.
 - Uno a uno: este grado de dialogismo se da únicamente en los chats en donde solamente participan dos personas. Estas plataformas con este grado de dialogismo se puede utilizar para realizar entrevistas uno a uno.
 - Muchos a muchos: se da cuando hay varias personas están participando en chats grupales (de tres o más personas). En este caso, estos chats se pueden utilizar para realizar focus groups y recolección de datos.
 - Uno a muchos: estas plataformas se dan más en contextos académicos, donde una persona está contestando preguntas dirigidas de otras personas, ya sea en un chat grupal, tweeter o tweet cam (cuando una persona se conecta vía una cámara para contestar preguntas que se le hacen vía tweeter).

Muchas veces esto se confunde con tener o no un moderador durante la interacción, sin embargo es distinto ya que el usuario que contesta las preguntas no suele coordinar las interacciones que se están dando a su alrededor.

- Otro aspecto clave para recolectar datos en Internet tiene que ver con la velocidad de respuesta por parte de los usuarios: se puede responder de forma sincrónica, o sea que en el momento en el que se envía el texto a los demás usuarios, estos deberán contestar de forma casi inmediata (como en los chats y algunos foros de discusión), mientras que en los casos donde se emite un mensaje y los demás usuarios pueden participar en dicha interacción sin restricción de tiempo, se le llama asincrónica (redes sociales y algunos foros de discusión).

Independientemente de si la plataforma es sincrónica o asincrónica, se pueden llevar a cabo todas las técnicas de netnografía, como lo son la entrevista, el focus group, la recolección de datos y el análisis de redes. Sin embargo, es importante destacar que,

la velocidad no afecta primordialmente la planeación de la recolección de datos de la investigación, pero puede afectar la velocidad con la que se puede llevar a cabo esta actividad, por lo que afectará el cronograma de actividades.

- Por último, se diferenciará entre aquellas plataformas en las cuales hay un moderador y en las cuales no lo hay. Solamente aquellas plataformas muy especializadas para determinados temas, o en aquellas donde el grupo que conforma una determinada interacción social apunta a un moderador, las interacciones en línea carecen de moderador.

En muchas ocasiones las mismas plataformas funcionan, en parte, como mediadoras ya que, ponen las reglas de la interacción social que se da en dicha plataforma, como lo son la posibilidad de “protestar” ante un comentario incorrecto, el cual es borrado si hay más de tres “protestas” ante un mismo comentario, lo cual mantiene un tono cordial durante la interacción.

Una vez descritas las características de las plataformas que se pueden utilizar para recabar la información, se procederá a describir las técnicas utilizadas para recabar la información deseada, que en este caso son las siguientes:

- **Entrevista:** al igual que de forma presencial, una entrevista se da cuando el entrevistador hace preguntas a una persona, quien contesta a las preguntas que se realiza. Las entrevistas por lo general se realizan de una persona a otra, o de una o dos personas a una o dos personas, también se puede realizar varias entrevistas de uno a uno para poder recabar datos de muchas personas y tener una base más amplia de datos.

Cabe destacar que para que las entrevistas sean más efectivas, tanto en línea como de forma presencial, el investigador debe de plantear las preguntas clave que desea que el entrevistado conteste, sin dirigir los resultados.

En algunos casos donde el investigador lo determine conveniente, deberá aplicar el mismo formulario a todos los entrevistados. En otros casos, es importante considerar una cierta flexibilidad: es importante plantear las preguntas clave e ir planteando otras a medida que sea necesario en la interacción.

Las plataformas que se pueden utilizar para realizar entrevistas tienen que ser chats uno a uno, o en su defecto, dos a uno.

- **Focus Groups:** se definen como entrevistas a varias personas a la vez, en donde no solamente se observa las respuestas que se dan a las preguntas planteadas por el moderador, si no a la interacción que sucede entre los demás participantes.

Al igual que en las entrevistas, el investigador deberá plantear las preguntas que se le hará a determinado grupo para obtener la información (mas no los resultados) deseados. Sin embargo, también debe de tener la flexibilidad y asertividad por parte del investigador para hacer las preguntas oportunas a los participantes en el focus group para obtener la mayor cantidad de información relevante.

Es relevante mencionar que la información se debe guardar y posteriormente analizarla, según los objetivos de la investigación.

Las plataformas que se pueden utilizar para realizar focus groups son tanto los chats grupales, como los foros de discusión.

Tanto en el caso de la entrevista como del focus group, se puede mantener el anonimato de la investigación y del investigador al crear un perfil ficticio en línea con el que los sujetos de estudio se puedan identificar y puedan confiar en él, o en su defecto, el investigador puede participar utilizando su identidad, pero sin mencionar que los datos serán recabados para una investigación. Sin embargo, en algunos casos, la sola presencia de una persona fuera de la comunidad habitual cambia los comportamientos de ciertas personas del grupo por lo que, muchos investigadores invierten mucho tiempo en ganarse la confianza del grupo y lograr pertenecer, para luego hacer las respectivas entrevistas o focus groups.

- **Recolección de datos:** esta técnica es lo más parecida a la observación participante, y la que implica un mayor anonimato para la investigación y el investigador. Para llevar a cabo esta técnica, el investigador realiza en internet una búsqueda de datos según las necesidades planteadas en el proyecto de investigación: las discusiones sobre un tema específico en ciertos foros, las pláticas de ciertos chats, siempre y cuando los mensajes sean emitidos por los sujetos de estudio delimitados anteriormente.

En este caso, no hay intervención del investigador, salvo en los casos que, mediante una participación mínima (un comentario en un foro, chat, red social, etc.), el investigador guíe la discusión hacia su tema de interés, evitando su constante participación para no convertirse en un focus group. En estos casos, si el comentario del investigador no provocó reacciones por parte de la comunidad a estudiar, se considera que ese “silencio” tiene significados, los cuales los deberá dilucidar.

Hasta ahora, esta es la técnica más utilizada en este tipo de investigaciones: recolectar datos, conversaciones, discusiones en ciertos foros, que se identifican como un medio de expresión de cierta comunidad en específico para comentar

temas de relevancia para ellos. Como ejemplo, hablaré de la investigación que realicé a los foros de legalización de drogas: en estos foros, la gente se pronuncia fuertemente a favor de la legalización de marihuana, en especial en Estados Unidos, y llaman a las leyes de combate al narcotráfico como “la prohibición”. También, dentro de los datos recolectados percibí mensajes en los cuales se victimizaba a los consumidores de narcóticos (quienes estaban ejerciendo su libertad de elección), mientras que convertían al gobierno en victimario.

En este caso, decidí no participar en la discusión ya que la información que observaba era lo suficientemente completa, mas que recolecté datos de diversos foros, en los cuales se emitían mensajes en el mismo sentido.

La recolección de datos se puede llevar a cabo por medio de todas las plataformas disponibles en línea. Es el investigador quien debe de elegir entre la oferta de plataformas en línea, aquella que es la ideal para recolectar los mejores datos para su análisis, lo cual dependerá del diseño de la investigación que llevará a cabo.

- **Análisis de redes:** esta técnica se realiza con el objetivo de dilucidar la estructura de las redes, o sea, de las interacciones en línea: se observa quién tiene relación con quién y de qué forma, de qué temas hablan, quién se une a estas interacciones de estos temas. De esta forma, se vislumbra una red de interacciones que suele tener formas propias, según el tema y la comunidad que se deseen investigar.

Para realizar esta técnica, se sugiere utilizar Twitter, Facebook u otras redes sociales, inclusive Waze, en las que exista diversas interacciones entre los usuarios y sean ellos quienes decidan interactuar. Sin embargo, esto es solamente una sugerencia, ya que todo depende de los objetivos y el diseño de la investigación que se haya realizado con anterioridad.

Después de analizar las plataformas, así como las técnicas a utilizar por parte del investigador, se describirán algunas formas para analizar la información que se obtuvo con este fin, siendo las más comunes el análisis de contenido y el análisis del discurso.

ANALISIS DE DATOS RECOLECTADOS

Los datos son una parte indispensable de cualquier investigación, sin embargo, es igual o más importante que se proceda a hacer con los mismos para que dicha investigación tenga resultados concluyentes y, por lo tanto, pueda ser considerada científica.

Dicho esto, es indispensable recalcar que toda la información recabada debe de ser tratada de la misma forma, o sea, se debe de realizar un procedimiento en el que se establezcan

criterios claros para aplicarlos en toda la información por igual. Para ello, las ciencias de la comunicación nos sugieren dos procedimientos: el análisis de contenido y el análisis del discurso.

Análisis de contenido: a pesar de ser considerado como un método cuantitativo en el que se cuenta cuántas veces aparece determinada palabra en un determinado texto, esta metodología nos permite analizar mejor de lo que parece la información: nos ayuda a sistematizarla de tal forma que se pueda interpretar posteriormente. De hecho, es la metodología más sugerida cuando se analiza una discusión o una entrevista, al no ser necesarias grandes extensiones de texto para analizar (como en el análisis del discurso), sino que basta con unos cuantos renglones para llegar a conclusiones interesantes.

Se sugiere hacer una tabla con la información a analizar y de esta manera hacerse las mismas preguntas en cada uno de los comentarios como:

- a. ¿El comentario aporta algo al tema que se está analizando? ¿Por qué?
- b. ¿El comentario refleja parte de las características usuales de los sujetos de estudio? ¿Cuáles y por qué?
- c. ¿La información refleja alguna postura política dentro del espectro político de dicha sociedad? ¿Cuál y por qué?
- d. ¿Qué es lo más relevante de dicho comentario?
- e. ¿Hay otras comunicaciones que reflejan lo mismo?

Para llegar a conclusiones interesantes, es importante comparar los comentarios entre sí, así como con la información que se recabó sobre la sociedad a estudiar antes de que se iniciara la investigación. De esta manera se podrán obtener resultados concluyentes y más interesantes.

Análisis del Discurso:

La metodología que se sugiere para analizar blogs, notas publicadas, entre otros textos que se pueden encontrar en la web es el análisis del discurso. Dado que existen diversas metodologías para realizar un análisis del discurso, se sugiere utilizar la metodología planteada por Silvia Gutiérrez al ser una metodología sencilla para aplicar, y que además permite tener una visión general y coherente de lo que habla el discurso, posibilitando

reconstruir la forma en la que el orador utiliza el lenguaje reflejando sus valores e ideología, para a su vez descubrir inconsistencias y contradicciones dentro del discurso.⁵

Según Gutiérrez, es necesario que todo análisis cubra los siguientes niveles de estudio:

- a. el análisis sociohistórico (en este caso, este análisis se encuentra en el planteamiento del problema, y en algunas ocasiones, en la introducción del capítulo correspondiente),
- b. el análisis discursivo o el análisis de las construcciones simbólicas que en virtud de sus rasgos estructurales, pueden presentar, significar y decir algo acerca de algo, y
- c. la interpretación, designada como la búsqueda de una interpretación de lo dicho.⁶

Con la finalidad de analizar discursivamente el corpus seleccionado, en un primer momento se esquematizaron los dos textos seleccionados para conocer en torno a que temas está organizada la argumentación.⁷ Posteriormente, se realizó lo que Gutiérrez denomina como operaciones de apropiación, donde se construye la credibilidad de los temas señalados en la esquematización, ya que cada uno de las ideas o argumentos planteados utiliza diferentes estrategias para construir la argumentación, ya sea por medio de la simulación, legitimación, unificación, fragmentación y/o cosificación. Para ello se utilizan las siguientes herramientas:⁸

⁵ Silvia Gutiérrez, "El discurso argumentativo. Una propuesta de análisis", Revista del Centro de Ciencias del Lenguaje, Número 27, enero junio de 2003, pp. 46

⁶ *Ibidem*, pp. 56

⁷ *Ibidem*, pp. 50-51

⁸ *Ibidem*, pp. 51-63

Modos generales	Algunas estrategias típicas de la operación simbólica
Legitimación: establecer y sostener relaciones de dominación representándolas como justas y dignas de apoyo.	<p>Racionalización: construcción de una cadena de razonamientos que busca defender o justificar un conjunto de relaciones o de instituciones sociales.</p> <p>Universalización: representación de los arreglos institucionales que sirven a los intereses de algunos individuos como si sirvieran a los intereses de todos.</p> <p>Narrativización: representación del presente como parte de una tradición inmemorial y apreciada.</p>
Simulación: consiste en establecer y sostener relaciones de dominación ocultándolas, negándolas o disimulándolas, o también representándolas de una manera que desvíe la atención o que oculte las relaciones o procesos existentes.	<p>Sustitución: referencia a un objeto o individuo mediante un término que comúnmente se usa para referirse a otro, transfiriendo las connotaciones positivas o negativas de dicho término.</p> <p>Eufemización: descripción de acciones, instituciones o relaciones sociales en términos que generan una valoración positiva.</p> <p>Tropo: uso figurado del lenguaje, de las formas simbólicas.</p>
Unificación: consiste en la construcción, en el plano simbólico, de una forma de unidad	Estandarización: adaptación de las formas simbólicas a un marco de referencia

<p>que abarque a los individuos en una unidad colectiva, sin tomar en cuenta las diferencias y divisiones que puedan separarlos.</p>	<p>standard que se promueve como la base aceptable y común del intercambio simbólico.</p> <p>Simbolización de unidad: construcción de símbolos de unidad, de identidad colectiva e identificación, que se difunden dentro de un grupo o una pluralidad de grupos; puede entretenerse con el proceso de narrativización: los símbolos de unidad pueden ser parte integral de una narración de los orígenes que cuenta una historia común y proyecta un destino colectivo.</p>
<p>Fragmentación: consiste en la orientación de las fuerzas de una oposición potencial hacia un objetivo que se proyecta como maligno, dañino o amenazador.</p>	<p>Diferenciación: énfasis en las distinciones, diferencias y divisiones que hay entre los grupos e individuos, las características que los desunen e impiden que se constituyan en un desafío efectivo para las relaciones existentes o en un participante efectivo en el ejercicio del poder.</p> <p>Expurgación del otro: construcción, dentro o fuera, de un enemigo que se retrata como maligno, dañino o amenazador, y ante el cual se convoca a los individuos para que se opongan a él o lo expurguen</p>
<p>Cosificación: consiste en el eclipsamiento del carácter social e histórico de los procesos por medio de la representación de un estado de cosas histórico y transitorio como permanente, natural e intemporal.</p>	<p>Naturalización: tratamiento de un estado de cosas social e histórico como suceso natural o como resultado inevitable de características naturales.</p> <p>Eternalización: representación de fenómenos sociohistóricos como permanentes, invariantes y siempre recurrentes.</p>

	Normalización/pasivitización: transformación en sustantivos de las oraciones o algunas de sus partes, de las descripciones de acciones o participantes
--	---

Una vez clasificados los argumentos según las operaciones de apropiación, se procede a realizar un análisis libre, el cual sin duda alguna se verá enriquecido por los procedimientos anteriores.

CONCLUSIONES:

Las interacciones que suceden ahora en línea son una fuente inagotable de datos para los investigadores sociales, los cuales se pueden explotar al utilizar las metodologías adecuadas según los objetivos de cada una de las investigaciones. Esto implica la necesidad de adoptar y adaptar las técnicas que se utilizan en las ciencias sociales para las características propias de la información en línea, sin perder en ningún momento el rigor con el que se debe llevar a cabo una investigación de ciencias sociales. Por lo tanto, se han ido adaptando las técnicas de la etnografía para recolectar la información en línea, para interpretar luego la información recabada de tal forma que se pueda llegar a resultados concluyentes.

Todas las interacciones en red pueden ser recolectadas e interpretadas, de tal forma que las ciencias sociales pueden ahora tener forma de responderse a preguntas como: ¿de qué se habla en las redes sociales? ¿cada red social tiene un público propio? ¿hay diferencias entre lo que se expresa en línea y lo que se expresa presencialmente? Etc.

Es importante seguir diseñando investigaciones con objetivos claros, preguntas de investigación claras, que nos permitan planear la mejor forma de obtener la información clave para cada caso, sobre todo si el investigador está recolectando información de medios electrónicos, los cuales cada vez son más abundantes y representan un mar de información en la que fácilmente nos podemos perder.