

**UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN**



TESIS DOCTORAL

**La comunidad digital: teoría y práctica de una metodología
cualitativa de investigación social**

MEMORIA PARA OPTAR AL GRADO DE DOCTOR

PRESENTADA POR

Myriam Durán Vilches

Directores

**Sonia Laura Carcelén García
José A. Ruíz San Román**

Madrid

© Myriam Durán Vilches, 2021

UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN



TESIS DOCTORAL

LA COMUNIDAD DIGITAL:
TEORIA Y PRACTICA DE UNA METODOLOGIA CUALITATIVA
DE INVESTIGACION SOCIAL

MEMORIA PARA OPTAR AL GRADO DE DOCTOR

PRESENTADA POR

Myriam Durán Vilches

DIRECTOR

Sonia Laura Carcelén García y José A. Ruíz San Román

Facultad de Ciencias de la Información



UNIVERSIDAD
COMPLUTENSE
MADRID

**LA COMUNIDAD DIGITAL:
TEORIA Y PRACTICA DE UNA METODOLOGÍA
CUALITATIVA DE INVESTIGACIÓN SOCIAL**

TESIS DOCTORAL

Presentada por:

Myriam Durán Vilches.

Dirigida por:

Sonia Laura Carcelén García.

José A. Ruíz San Román.

Madrid, 2020.

A mi madre y a mi padre,
Carmen Lola y Ricardo.
Esencia de lo que soy.

AGRADECIMIENTOS

A mis hijas, Carmen y Olivia, protagonistas en primera persona de mis ilusiones, temores y contradicciones, mis mejores compañeras de viaje.

A mis hermanas y hermano, por su apoyo incondicional, por llenar mi vida de una energía única, cargada de humor, cuidados y fuerte temperamento. A mis sobrinas y sobrino, por sentirlos cerca y llenar tanto mi vida.

A mi directora y director de tesis, Sonia y Jars, por creer en mí, en el proyecto, por su gran saber e infinita paciencia, por ser guías admirables de mi caos.

A mis compañeros/as de trabajo, que me han acompañado en el camino de mi reflexión y experimentación con las Comunidades Digitales durante todos estos años: Jose Maya, Salome Saguillo, Eva Arranz, y Queralt Guell, mil gracias por vuestro entusiasmo y compromiso. Y a Ignacio Madrid, por estar en ese lado donde tanto se agradece tener una buena interlocución.

A mis amigas y amigos del alma, compañeras/os de vida, cómplices de mis alegrías y pesares.

Y finalmente, a Pepa Barral y Silvia Molina, por su fuerte vinculación con esta Tesis, y con mi vida.

INDICE

RESUMEN	1
ABSTRACT	7
BLOQUE I	13
1. INTRODUCCIÓN	14
2. MARCO TEÓRICO	21
2.1. La Sociedad 2020.	24
2.2 Los cambios de los roles de la ciudadanía.	28
2.3. La investigación cualitativa, una danza entre ciencia y arte.	31
2.4. El encuentro con la Sociología Digital.	39
2.4.1. Los estudios de Internet: pasado, presente y futuro.	40
2.4.2. Desarrollo de identidades en el ciberespacio.	44
2.4.3. Desafíos de la investigación cualitativa en las ciencias sociales.	48
3. METODOLOGIA	53
3.1. Objetivos.	54
3.2. Metodología.	56
3.3. Diseño muestral.	60
3.4. Guión de entrevista.	66
3.5. Descripción técnica de Comunidad Digital	71
BLOQUE II	75
4. HISTORIA DE UN VÍNCULO	76
4.1. Áreas Motivacionales.	78
4.1.1. Área esencial: aportar y expresar.	78
4.1.2. Área puente: reflexión.	84
4.1.3. Área recurrente: conocer y estimular.	86

4.1.4. Área epidérmica: relacional.	89
4.1.5. Área utilitarista: compensación y comodidad.	91
4.2. Perfiles.	96
4.2.1. Perfil cumplidor: la identidad formal.	98
4.2.2. Perfil explorador: la identidad exploradora.	100
4.2.3. Perfil transformador: la identidad transformadora.	101
4.2.4. Perfil trascendente: la identidad trascendente.	103
5. VIVIR EN COMUNIDAD	105
5.1. Conceptos clave de la metodología.	109
5.1.1. La privacidad: el espacio confiable que libera al sujeto.	110
5.1.2. El Control fluido: el espacio natural donde crear un orden comunitario propio.	114
5.1.2.1. Selección de participantes: el cuidado del proceso.	114
5.1.2.2. Reglas de participación: equilibrio entre lo formal y lo informal.	120
5.1.3. La interacción: el espacio estimulante.	122
5.1.3.1. La función de la moderación.	124
5.1.3.2. Modalidades de interacción en la Comunidad Digital.	128
5.2. La vida en comunidad.	130
5.2.1. Deslocalización: la historia de una cotidianeidad.	130
5.2.1.1. Cuatro experiencias de cotidianeidad.	132
5.2.1.2. El desarrollo tecnológico en la experiencia de lo cotidiano.	138
5.2.2. El proyecto en el tiempo: la historia de un proceso.	141
5.2.2.1. El proceso, un juego de equilibrio y compensación.	144
5.2.3. Territorio de posicionamiento de la Comunidad Digital.	148

BLOQUE III	157
6. LAS HERRAMIENTAS DE LA COMUNIDAD DIGITAL	158
6.1. Reglas básicas de la dinamización de una Comunidad Digital.	161
6.2. El Blog Social.	166
6.3. El Foro.	168
6.4. El Blog Personal.	170
7. EL BLOG SOCIAL	173
7.1. Definición de la herramienta.	175
7.2. Contexto de partida: usos y actitudes hacia las RRSS.	177
7.3. Análisis de la participación en el Blog Social.	188
7.3.1 Análisis cuantitativo de la participación.	189
7.3.2. Análisis cualitativo de la participación.	194
7.3.3. Ejemplos de Blog Social.	202
7.4. Análisis del discurso sobre la percepción de la experiencia.	211
8. EL FORO	223
8.1. Definición de la herramienta.	225
8.2. Dinámicas de interacción grupal: foros de Internet y grupos de discusión.	228
8.2.1. Foros de grupos de interés: una dinámica digital asincrónica para el encuentro y la conexión con personas afines con las que compartir conocimiento.	228
8.2.2. El grupo de discusión: una dinámica grupal presencial generadora de discursos para la comprensión de la realidad social.	231
8.3. Análisis de la participación en la Comunidad Digital	234
8.3.1. Análisis cuantitativo de la participación.	235
8.3.2. Análisis cualitativo de la participación.	238

8.4. Análisis del discurso sobre la percepción de la experiencia.	247
8.4.1. Hábitos y usos del Foro.	248
8.4.1.1. Hábitos de participación.	248
8.4.1.2. Áreas de beneficio: Recompensas de la participación.	255
8.4.2. Actitudes hacia el Foro.	264
9. EL BLOG PERSONAL	273
9.1. Definición de la herramienta.	275
9.2. Entrevista en profundidad y Blog Personal de Internet.	277
9.2.1. El Blog Personal en Internet.	277
9.2.2. La entrevista en profundidad.	280
9.3. Análisis de la participación en la Comunidad Digital.	286
9.3.1. Análisis cualitativo de la participación por tipos de Blogs personales.	288
9.3.1.1. Blogs proyectivos.	289
9.3.1.2. Blogs etnográficos.	296
9.3.1.3. Blogs de opinión.	304
9.4. Análisis del discurso sobre la experiencia del Blog personal.	309
9.4.1. Pautas de comportamiento y hábitos.	312
9.4.2. Actitudes hacia el Blog Personal.	317
9.5. Grandes aprendizajes del Blog Personal.	324
BLOQUE IV	327
10. EL MANUAL	328
11. CONCLUSIONES	335
12. BIBLIOGRAFÍA	349

RESUMEN

La Comunidad Digital: teoría y práctica de una metodología cualitativa de investigación social.

En el emprendimiento de esta tesis doctoral, está la gran aspiración de entender la globalidad del cambio sustancial que se produce en un proceso de investigación con Comunidades Digitales. Una metodología que forma parte de la transformación que está experimentando la sociedad, alterando contextos, escenarios, roles y reglas de intercambio.

El objetivo último es identificar las claves de la Comunidad Digital como metodología cualitativa de investigación social, y proporcionar una guía que oriente a futuros investigadores en las diferentes fases de desarrollo, y lo que es más importante, sienta las bases de los principios fundamentales de la metodología: el desarrollo de la identidad comunitaria y el desarrollo de la identidad del sujeto informante.

La Comunidad Digital es una propuesta a la experimentación metodológica, un espacio abierto al uso de múltiples herramientas – digitales y presenciales –, una apertura a la integración de nuevas disciplinas que enriquecen y estimulan el discurso de los informantes y sus interacciones. Una metodología de investigación que muestra nuevas maneras de generar conocimiento a través de Internet.

La tesis, estructurada en cinco bloques, se inicia con unos apuntes del contexto social, una reflexión sobre el nuevo orden social y la meteórica transformación digital de nuestras vidas, una sociedad impregnada de tecnología, un sujeto social que cambia su posición desde la que observar y estar en el mundo. Interdependencia, conectividad y velocidad, si bien son conceptos claves, no son únicos para comprender la nueva realidad.

El marco teórico enmarca a las Comunidades Digitales dentro de dos grandes paradigmas de investigación en Ciencias Sociales, la metodología cualitativa y los estudios de Internet. Una metodología amparada y enraizada en los fundamentos de la metodología cualitativa clásica, pero también inmersa en los retos a los que se enfrenta la Sociología Digital en el estudio de Internet, como espacio donde se gesta nuevos escenarios relacionales desconocidos hasta el momento.

La tesis se desarrolla desde un doble enfoque metodológico cualitativo: dieciocho entrevistas en profundidad a participantes de Comunidades Digitales para la investigación de mercados, y un análisis de la participación en la Comunidad Digital de cada persona entrevistada.

Una investigación que desarrolla el relato de la experiencia de los sujetos participantes, sus vivencias y percepciones, y lo combina con un análisis de sus interacciones en la Comunidad Digital. Una correlación muy interesante entre lo vivido y lo realizado. El diseño metodológico plantea por tanto un diseño holístico, en el que se estudia el entorno presencial y digital de forma integrada, como configuradores inseparables de la realidad del individuo.

El Bloque II narra la historia del vínculo que se genera entre el sujeto informante y la Comunidad. Una oportunidad para identificar y explorar en las diferentes pulsiones que habitan en la persona y alimentan su deseo de compartir, de expresarse, de querer formar parte de, de contribuir, de alimentar su necesidad de saber, etc. Un variado y profundo rango motivacional que perfila una tipología de sujetos con diferentes características y necesidades en la Comunidad Digital y con diferente potencial para compartir.

Desde el conocimiento del vínculo, hay una comprensión muy rica de lo que pone cada persona en la comunidad, y de la importancia de crear unas pautas de moderación que activen y refuercen sus vínculos.

Vivir en Comunidad nos traslada conceptos estructurales de la metodología, aquellos sobre los que se sustenta, y hacen de la Comunidad Digital un espacio confiable donde expresarse. Un espacio que controla la selección de participantes minuciosamente, y que cumple rigurosamente los controles éticos de privacidad y anonimato.

El tiempo en la Comunidad Digital nos habla de un proceso donde la persona cualifica su mirada como participante de una investigación social, un proceso para interiorizar roles y crear identidad de grupo. El proceso en el tiempo es una pieza clave para el desarrollo de las Comunidades Digitales.

El ritmo de la Comunidad Digital es un juego de compensación, de saber equilibrar momentos de alta intensidad, con velocidad de crucero, con las siempre celebradas pausas donde la persona se siente libre de navegar a sus anchas.

El tiempo en la Comunidad Digital nos habla de un participante que siente la Comunidad Digital como propia, un espacio para ser escuchado, para sentirse acompañado. Un espacio para el empoderamiento de una persona que se expresa y opina desde un escenario creado para que él intervenga en la transformación de su mundo

El Bloque III es el encargado de presentar a las herramientas de la Comunidad Digital: el Blog Social, el Foro y el Blog Personal.

La Comunidad Digital plantea un escenario donde se da la oportunidad al sujeto de articular su discurso en tres vertientes que componen un total de su yo discursivo: la dimensión social, la grupal y la personal. Una metodología que alcanza su máximo potencial desde el uso integrado de sus herramientas, permitiendo un análisis integrativo de la realidad social a investigar.

- Blog Social: Un espacio abierto al libre compartir de los participantes. Una herramienta donde no se abordan objetivos formales de la investigación.

El Blog Social es clave para la configuración y desarrollo de la identidad comunitaria.

- El Foro: es el espacio para compartir opiniones y debatir sobre objetivos de la investigación. Es una herramienta que a lo largo de la Comunidad Digital va a atender a múltiples objetivos, que se irán abriendo y cerrando a través de la planificación.

Nos habla del sujeto en un contexto grupal, un espacio público donde exhibir su discurso y su identidad como participante. Un espacio para la conversación en grupo, para confrontar las opiniones y enriquecerse y evolucionar desde el encuentro con el otro.

- El Blog Personal: es la herramienta desde donde se articula el discurso individual de cada participante, y que al igual que el Foro, obedece su apertura a una planificación por objetivos detallada, que se cierra cuando el objetivo está finalizado.

Nos habla de la parte más personal del sujeto, una conversación íntima y privada donde el sujeto informante desarrolla una triple mirada desde su rol informante: Una mirada creativa, una mirada observadora de su entorno, y una mirada opinática sobre diferentes objetos de estudio.

El Blog Personal nos permite acceder a un sujeto reflexivo en su intimidad.

Finalmente, las conclusiones plantean una declaración de intenciones con la práctica investigadora: el compromiso y respeto hacia la escucha del sujeto social, y la apuesta por la experimentación metodológica con la integración de diferentes disciplinas que potencien la creación de conocimiento a través de Internet.

ABSTRACT

The Digital Community: theory and practice of a social research qualitative methodology.

In the conception of this doctoral thesis one can find the great aspiration to understand the globality of substantial change that occurs in a research process with Digital Communities. A methodology that is part of the transformation that society is undergoing, altering contexts, scenarios, roles, and exchange rules.

The ultimate goal is to identify the keys of the Digital Community as a social research qualitative methodology, to provide guidance for future researchers through the different stages of development, and more importantly, to lay the foundations for the fundamental principles of the methodology: the development of the digital community identity and the development of the digital identity of the reporting subject.

The Digital Community is a proposal for methodological experimentation, an open space for the use of multiple tools – digital and face-to-face –, a door to integrate new disciplines that enrich and stimulate the discourse of informants and their interactions. A research methodology that shows new ways of generating by means of the Internet.

The thesis, structured in five blocks, begins with notes of the social context, a reflection on the new social order and the meteoric digital transformation of our lives, a society imbued with technology, a social subject that changes its position from which to observe and be in the world. Interdependence, connectivity and speed, despite being key concepts, are not unique to understanding the new reality.

Abstract

The theoretical framework encloses the Digital Community methodology between two great research paradigms of Social Sciences: qualitative methodology and the Internet studies.

A methodology rooted in the foundations of classical qualitative methodology, but also immersed in the challenges faced by Digital Sociology in the study of the Internet, as a space where new relational scenarios unknown until now are being developed.

The thesis is developed from a double qualitative methodological approach: eighteen in-depth interviews to participants of Digital Communities for market research, and an analysis of the participation in the Digital Community of each person interviewed.

A research that develops the report of the experience of the participating subjects, their encounters and perceptions, and combines it with an analysis of their interactions in the Digital Community. A very interesting correlation between what has been lived and what has been done. The methodological design therefore proposes a holistic design, in which the face-to-face and digital environment are studied in an integrated way, as inseparable configurators of the individual's reality.

Block II portrays the link that is generated between the informant subject and the Community. An opportunity to identify and explore in the different drives that inhabit the person and nourish their desire to share, to express themselves, to want to be a part of, to contribute, to feed their need to know, etc. A wide and deep motivational range that profiles a typology of informants subjects with different characteristics and needs in the Digital Community and with different potential to share.

Since the recognition of the link, there is a very rich understanding of what each person puts in the community, and the importance of creating guidelines of moderation that activate and strengthen their link.

Living in Community provides us with structural concepts of methodology, those on which it is based, and make the Digital Community a reliable space to express oneself. A space that controls the selection of participants carefully, and that also strictly complies with the ethical controls of privacy and anonymity.

Time spent in the Digital Community tells us about a process where the person qualifies his view as a participant in a social research, a process to internalize roles and create group identity. The process over time is essential for the Digital Communities methodology.

The rhythm of the Digital Community is a game of compensation, of knowing how to balance moments of high intensity, with cruising speed, with the always praised breaks where the person feels free to browse at their leisure.

The time in the Digital Community tells us about a participant who feels the Digital Community as his own, as a space to be heard, to feel accompanied. A space for the empowerment of a person who expresses himself and thinks from a stage created for him to intervene in the transformation of his world.

Block III is responsible for presenting the tools of the Digital Community: the Social Blog, the Forum and the Personal Blog.

The Digital Community presents a scenario where the subject is given the opportunity to articulate his discourse in three aspects that make up a total of his discursive self: the social, the group and the personal dimensions. A methodology

that reaches its full potential from the integrated use of its tools, allowing an integrative analysis of social reality to investigate.

- Social Blog: An open space to free sharing of participants. A tool where formal objectives of the investigation are not addressed.

The Social Blog is key to the configuration and development of group identity.

- The Forum: it is the space to share opinions and discuss research objectives. A tool that throughout the Digital Community will meet multiple objectives, which will be being opened and closed through planning.

The forum places the informant subject in a group context, a public space to exhibit his discourse and his identity as a participant. A space for group conversation, to confront opinions and enrich and evolve from the encounter with the other.

- The Personal Blog: is the tool from which each participant's individual discourse is articulated. As well as the forum, its use follows a detailed planning by objectives, and it is closed when the objective is finalized.

It tells us about the most personal part of the subject, an intimate and private conversation where the informant subject develops a triple outlook from his informant role: a creative outlook, an observant outlook at their environment, and an opinionated outlook at different objects of study.

The Private Blog allows us to access a reflective subject in their intimacy.

Finally, the conclusions raise a statement of intent with the practical research: the commitment and respect involved in the listening of the social subject, and the methodological experimentation as an opening to the integration of new disciplines that show new ways of generating knowledge through the Internet.

BLOQUE I

1. INTRODUCCIÓN.
2. MARCO TEÓRICO.
3. METODOLOGÍA.

1. INTRODUCCIÓN

"Más que convencer quisiera hacer eco con la experiencia cotidiana: desencadenar el sentimiento de que ya se había percibido aquello que se plantea. Es decir, generar una simbiosis entre la teoría y lo que vivimos en carne propia día con día: mostrar que, en última instancia, de lo que se habla no es más que de nosotros mismos."

(Luciano Concheiro, 2016)

La tesis que presento a continuación tiene como objeto de estudio el análisis de la Comunidad Digital como metodología de investigación social cualitativa. Una tesis que nace de la inquietud personal de fundamentar una práctica realizada durante los últimos quince años de mi experiencia profesional como investigadora social y de mercados.

A lo largo de estos años, he puesto en marcha múltiples proyectos de Comunidades Digitales, estando en primera línea en la construcción de una metodología que ha ido adquiriendo relevancia entre empresas e instituciones. Durante este tiempo he formado parte de un proyecto de personas, vinculadas al mundo de la investigación de mercados, que tenían el convencimiento de que el entorno online, Internet, era un escenario muy apropiado para el desarrollo de una escucha cualitativa entre grupos de personas, a las que les unieran intereses o características comunes.

Mirando hacia atrás y observando todo el camino recorrido por profesionales de la investigación, desarrolladores Web, empresas demandantes de investigación, fundamentalmente departamentos de marketing, etc., en todos estaba presente la necesidad de formar parte de un contexto en transformación, donde se estaban reinventando nuevas maneras de conectar y relacionarse, estábamos inmersos en la tercera revolución industrial, donde la información era la nueva moneda de cambio. Una suerte para mí poder encontrar a profesionales de Empresas que demandaban de los Institutos de Investigación nuevas propuestas metodológicas donde encontrar nuevas maneras de relacionarse y mantener un diálogo con sus consumidores. Una suerte poder encontrar acompañantes en este viaje con quienes compartir la inquietud de amplificar el oficio de investigadora, desarrollando metodologías de investigación cualitativa que aprovecharan el potencial de un entorno online que crecía como espacio generador del discurso social.

1. Introducción.

Mi biografía profesional y personal está marcada por la irrupción de Internet. En el inicio de los años 90, al comienzo de mi carrera como investigadora, recién licenciada, sensibilicé rápidamente con el impacto que Internet y el desarrollo que las Tecnologías de la Comunicación e Información tendrían, no solo a nivel social, sino en el campo de la investigación social. Una revolución digital que venía cargada de seducción.

En aquellos inicios de la digitalización de lo cotidiano, me estrenaba como aprendiz en el uso de técnicas cualitativas que nos ayudaban, y nos siguen ayudando, a captar el transcurrir del discurso social en el que se muestran la complejidad de la vida, las contradicciones, los vacíos, los deseos y las aspiraciones del sujeto social. En este contexto, grupos de discusión y entrevistas en profundidad conformaban nuestro maletín de analistas de la realidad social, fuertemente determinada por la escuela académica en la que me había formado, la Escuela de Madrid, Jesús Ibáñez, Ángel de Lucas y Alfonso Ortí, la Facultad de Ciencias Políticas y Sociología de final de los 80 y principio de los 90, el análisis de una sociedad de consumo desde una perspectiva ideológica marxista, impregnada de análisis psicoanalíticos, donde Lacan y todas las corrientes fenomenológicas entraban a nutrir el saber hacer de la investigación social de forma muy intuitiva, desde una formación en Sociología que se nutría fuertemente de la psicología, la lingüística, el estructuralismo y la filosofía para entrar en la comprensión de la realidad social que investiga.

Durante estos años pulí mi oficio como investigadora en empresas de gran consumo, de Internet y, finalmente, hasta la actualidad, en Institutos de Investigación.

La revolución digital en la que estamos inmersos no ha hecho más que potenciar mi interés por la escucha cualitativa en entornos digitales.

La Comunidad Digital: teoría y práctica de una metodología cualitativa de investigación social.

La investigación social no le ha dado la espalda al nuevo contexto digital donde el sujeto social se desarrolla, moviéndose entre lo digital y lo analógico en su vida, expresándose, consumiendo, comunicándose, entreteniéndose, viviendo desde y con la realidad digital.

Estamos ante una propuesta de reflexión de una metodología de investigación cualitativa para el análisis de la realidad social que se alinea con la profunda transformación que está experimentando la sociedad, transformando contextos, escenarios, roles y reglas de intercambio.

Un sujeto informante que evoluciona en su rol, desarrollando una nueva narrativa discursiva, y generando nuevos vínculos dentro de su proceso de participación en un proyecto de investigación.

En el emprendimiento de mi tesis doctoral está la gran aspiración de entender la globalidad del cambio sustancial que se produce en los agentes involucrados en un proceso de investigación con Comunidades Digitales, hablamos de investigadores/as, participantes y empresas.

Hoy inicio esta reflexión teórica centrándome en profundizar sobre las motivaciones, experiencias de uso y actitudes del sujeto social como participante de una Comunidad Digital creada para abordar un proyecto de investigación social o de mercado.

El objetivo último es identificar las claves de la Comunidad Digital como metodología cualitativa de investigación social, y ser una guía para aquellos investigadores que quieran poner en marcha una Comunidad Digital.

La metodología utilizada para el desarrollo de esta tesis es cualitativa, y se ha desarrollado en dos fases:

1. Introducción.

1. Una primera fase de entrevistas en profundidad a participantes en Comunidades Digitales de larga duración (entre seis meses y dos años).

Las entrevistas en profundidad realizadas, la mayoría presenciales y algunas a través de videoconferencia, me han permitido construir el relato personal de sus experiencias en la Comunidad Digital y cómo incorporan el proyecto a sus vidas.

2. Una segunda fase de análisis de las interacciones de la muestra seleccionada y de los contenidos compartidos en la Comunidad Digital durante un año.

Una mirada a la Comunidad como un espacio propio donde se genera un nuevo orden social y se desarrolla un proceso de creación de identidades. Un escenario donde observar el canal de comunicación, Internet, y analizar sus capacidades para desarrollar un universo interrelacional generador de discurso social .

Un total de 18 personas, participantes en dos proyectos de Comunidades Digitales de una empresa del Sector de las Telecomunicaciones, han colaborado desinteresadamente en esta investigación.

Quiero destacar las entrevistas realizadas a Cristina Santamarina y a Fernando Hermosilla en los inicios de esta tesis doctoral, hace cuatro años. El sentido de estas entrevistas para mi era buscar no sólo orientación en la búsqueda de elementos claves para el desarrollo de un método teórico para las Comunidades Digitales que estaba dirigiendo, si no además, y aunque de manera más bien inconsciente, buscaba una aprobación, un impulso, que reforzara el emprendimiento de mi Tesis.

Las entrevistas me permitieron el encuentro con la sabiduría de una investigadora y un investigador, que formaron parte de un pasado glorioso, la ya nombrada Escuela de Madrid. Una generación de investigadores/ras cualitativistas apasionados por la comprensión de la realidad social, un oficio que les coloca desde un lugar donde se es y se está. Una lección de coherencia vital y de conocimiento de grandes pensadores que nutren su mirada.

De estas entrevistas conservo grandes tesoros que me han iluminado a lo largo de toda la tesis. Destaco en estas breves palabras el reconocimiento, la calidez y empuje que me dieron para afrontar esta tesis.

*“La fuerza está en el método: El método es el que garantiza el resultado. Cualquier metodología es buena si responde a si misma.”
(Entrevista en profundidad realizada a Fernando Hermosilla, enero 2017)*

*“Ahí está Bourdieu mismo, en esa frase, o sea que... No hay investigación posible si no hay sujeto en proceso, y sujeto en proceso es ese que está ahí, en esas cosas. Yo creo que tienes un tema estupendo, que tienes al mismo tiempo que no abandonar la parte vanguardista de un tema que tiene prácticamente no antecedentes, (...) la tesis es un ritual académico, que es un punto de partida no de llegada.”
(Entrevista en profundidad realizada a Cristina Santamarina, febrero 2017)*

2. MARCO TEÓRICO

2.1. La sociedad 2020.

2.2. Los cambios de roles de la ciudadanía.

2.3. La investigación cualitativa, una danza entre ciencia y arte.

2.4. El encuentro con la Sociología Digital.

2.4.1. Los estudios de Internet: pasado, presente y futuro.

2.4.2. Desarrollo de identidades en el ciberespacio.

2.4.3. Desafíos de la investigación cualitativa en las ciencias sociales.

“Un sociólogo es un dispositivo de reflexividad. A través de él la sociedad reflexiona sobre si misma. Para que esto sea posible, a la vez que piensa ha de pensar su propio pensamiento. El producto no puede abstraerse de su proceso de producción”.

(Jesús Ibáñez, DAS, 1985).

2. MARCO TEÓRICO

La cualidad de observar las cosas desde otro lugar para impulsar un proceso de transformación, que otorgue nuevos valores a una realidad determinada está impregnada de muchos ingredientes. Dos de ellos me resultan especialmente interesantes: la importancia de un tiempo de observación que permita apreciar todas las dimensiones de la realidad para entrar en una comprensión profunda, y el respeto hacia las personas que nos comparten acerca del objeto observado.

La investigación cualitativa no necesita, a estas alturas, adquirir un reconocimiento de su alto potencial como metodología para el análisis de la realidad social, para empresas e instituciones. Lo que sí es importante destacar es que su potencial, está estrechamente vinculado a la calidad de la mirada que observa.

Antes de entrar en una reflexión sobre la mirada cualitativa, entro a matizar la importancia para el investigador de estar imbuido en su contemporaneidad, del contexto social en la que él mismo está inmerso.

“El desarrollo de las TIC y de las redes sociales ha coadyuvado a la estructuración reticular de la sociedad. Desde hace tiempo, esta situación ha sido identificada por varios autores y escuelas de pensamiento. Por mencionar tan sólo algunos ejemplos sobresalientes, en la ya clásica teoría de la sociedad de la información podemos referir la noción de sociedad interconectada de James Martín. Dentro del pensamiento posmoderno encontramos la sociedad de la comunicación generalizada de Vattimo. Para la era de la información, Manuel Castells propone su noción de sociedad-red. La Teoría de las redes sociales del investigador

norteamericano Barry Wellman constituye un aporte invaluable en esta dirección. En un nivel y ámbito de análisis distinto, no podemos dejar de mencionar como antecedentes los aportes del colegio invisible o Escuela de Palo Alto. Asimismo, los mismos conceptos de globalización y mundialización implican suprasistemas de alcance planetario. Además de considerar el papel crucial de la cultura (glocal), la perspectiva de las mediaciones digitales ha avanzado hacia la complejidad, incorporando la multicausalidad y la perspectiva sistémica”.

(Carlos Colina, 2018)

2.1. La Sociedad 2020

Estamos en una Sociedad de la Información que ha crecido y se ha hecho mayor, un acceso a Internet casi universal en España, con una penetración¹ en la sociedad española que ha superado la brecha digital, tanto en términos de género, ámbito territorial y nivel socio económico.

El concepto de deslocalización se apodera de la realidad del sujeto, la unión del aquí y el allá en una misma realidad virtual, ya es la nueva realidad.

Nos encontramos ante unos nuevos códigos comunicacionales que están interiorizados, normalizados y hasta naturalizados. La capacidad de Internet de conectarnos con lo global no hace más que crecer. Vivimos en una sociedad hipeconectada.

Una sociedad de la información que ha experimentado un crecimiento asombroso también en la calidad de su conectividad², una mayor velocidad en la transmisión

¹ Encuesta 2019 sobre Equipamiento y Uso de Tecnologías de la Información y Comunicación en los Hogares España. INE Estadísticas de sociedad de la información.

- 90,7% de la población de 16 a 74 años ha utilizado Internet en los últimos tres meses, 4,6 puntos más que en 2018. UN total de 31,7 millones de usuarios.
- El uso de Internet es una práctica mayoritaria en los jóvenes de 16 a 24 años, con un 99,2% en los hombres y un 99,0% en las mujeres.
- En el año 2018 los porcentajes de hombres y mujeres de 16 a 74 años que en España han utilizado Internet en los últimos tres meses (87% de los hombres y 86% de las mujeres) son similares a los de la UE-28 (86% de hombres y 84% de mujeres).
- El 46,9% de las personas de 16 a 74 años han comprado por internet en los tres últimos meses.

² La Sociedad Digital en España 2019 de la Fundación Telefónica:

- La conexión en hogares es ultrarrápida, con Fibra óptica en tres de cada cuatro hogares. 77% hogares, situando a España en el primer lugar en cuanto a cobertura y clientes en Europa.
- La capacitación digital es la asignatura pendiente de España, poco más de la mitad de las personas entre 16 y 74 años poseen capacidades digitales básicas, aunque la tendencia es positiva, al igual que en el caso de los usuarios avanzados, que han pasado del 32% en 2017 al 36,1% en 2019. Por otra parte, el 14,5% de la ciudadanía no compra online ni hace un uso generalizado de la administración electrónica, por falta de habilidades o conocimientos.

de datos, conexiones inalámbricas, fibra óptica, 5G, que permite una fluidez en la comunicación inimaginable hasta el día de hoy.

Se ha producido un crecimiento en la contratación de líneas móviles y de teléfonos móviles inteligentes, se proyecta que la mayoría de la población tendrá teléfonos inteligentes con la capacidad de procesamiento de las “supercomputadoras” de hace una década para este año 2020. Una sociedad, por tanto, instaurada en la instantaneidad y en la movilidad.

Hemos conquistado nuevos interfaces desde donde operar³; del ordenador a la pantalla móvil, a nuevos dispositivos de IA que se activan con voz (altavoces inteligentes).

En la actualidad la inteligencia artificial, se ha convertido en la tecnología más disruptiva. Sus aplicaciones abarcan desde la compra online, pasando por servicios de diagnóstico y tratamiento de enfermedades, hasta el auge del uso de la voz en dispositivos electrónicos.

Una tecnología que nos provee de nuevas experiencias de usuario envueltas en nuevas realidades. Observamos, por lo tanto, todo un ecosistema tecnológico de servicios y dispositivos que integran la vida cotidiana de los sujetos, y desarrollan nuevas experiencias que afectan a todas las dimensiones del sujeto en su ámbito relacional social, laboral, formativo, en su manera de entretenerse, gestionar servicios y compras, etc.

• En España, hasta un tercio de los encuestados se dirige oralmente a los sistemas inteligentes de reconocimiento de voz y las proyecciones apuntan a que de aquí a diez años la mayoría de las compañías habrán incorporado dispositivos inteligentes en sus procesos de negocio.

3 La Sociedad Digital en España 2019 de la Fundación Telefónica:

El 55% de los encuestados declara haber visto videos online desde su teléfono inteligente de forma semanal, mientras que un 12% recurrió a este tipo de dispositivos para comprar productos o servicios online.

2. Marco teórico

Las Tecnologías de la información y de la Comunicación penetran en una gran variedad de campos: redes de telecomunicaciones y ancho de banda, dispositivos electrónicos como ordenadores, tabletas, teléfonos inteligentes, dispositivos de audio y vídeo, televisores, consolas de juego, etc.

Unas TIC proveedoras de todo tipo de servicios: para almacenar y compartir información a través de la nube, servicios de correo electrónico, plataformas de formación on line, servicios de banca y salud on line, domótica, compras, amplia variedad de servicios de gestión pública, comunicación por imagen, plataformas de contenidos, redes sociales, juegos en línea, etc.

Una era imbuida de innovación que mezcla la vanguardia técnica de producción de sistemas inteligentes, con organizaciones y personas. En este momento se está prestando especial atención las siguientes áreas de innovación:

- El Internet de las cosas en palabras de Madakam S. (et al., 2016) es,

La IoT transformará a un sinnúmero de objetos físicos cotidianos en artilugios virtuales inteligentes, los cuales poseerán, al igual que las personas, identificaciones únicas. Objetos tradicionales actualizados y nuevos gadgets (vg. teléfonos móviles inteligentes y tablets) concurrirán en el nuevo entorno.

La IoT es una red global que permite las comunicaciones entre humanos, entre estos y las cosas, y entre los objetos mismos, que poseerán ahora capacidad de auto organizarse y de compartir información con cierta autonomía. La IoT se desarrollará gracias a las innovaciones en muchos sectores, entre ellos, las redes de sensores inalámbricos y la nanotecnología.

Los actores de la comunicación o los protagonistas del intercambio de información también están cambiando, a partir de ahora, el usuario no solamente va a estar interactuando cotidianamente con personas, sino con objetos y algunos de ellos van a tener Inteligencia Artificial. Las interfaces de usuario–tecnología, coexistirán con interfaces tecnología–tecnología, en una nueva realidad sociotécnica que está emergiendo.

- En la Web se avanza con el reconocimiento de voz, la traducción simultánea, el reconocimiento automático de imágenes y rostros), las frases alternativas del buscador ante nuestras solicitudes, etc. todos ellos ejemplos incipientes.
- Además, podemos agregar los asistentes personales digitales, los automóviles autónomos y los drones. Como siempre, los jóvenes se enfrentan con una capacitación muy avanzada hacia el mundo que viene desde sus experiencias en el mundo de los videojuegos.

Se podría decir que estamos ante una Sociedad de información y de conocimiento con grandes avances tecnológicos y con fuertes sensibilidades actitudinales. Una sociedad de la que destacaría dentro de sus múltiples acepciones, la innovación.

Somos una Sociedad con alta necesidad de reinventar procesos, desarrollar nuevas estructuras organizacionales en todas las áreas de la vida: salud, economía, distribución, alimentación, movilidad, etc. Estamos ante un gran proceso de transformación del orden social.

Una sociedad, incluso me atrevo a decir, que está atrapada en una fuerte necesidad de innovar.

2.2 Los cambios de los roles de la ciudadanía

Las características de interdependencia, conectividad y velocidad, propias de nuestra época, no son las únicas claves para comprender la nueva realidad.

Quiero destacar algunos aspectos de la sociedad contemporánea que tienen que ver con las nuevas capacidades de los ciudadanos como actores protagonistas de esta nueva realidad social digital.

Destaco tres realidades donde la tecnología se alía con el sujeto ciudadano transformando sus roles tradicionales:

- El ciudadano como generador de contenidos.

Se trata de una nueva realidad que amplía la capacidad que tienen los usuarios de producir y generar contenidos, transformando el modelo tradicional y clásico de la comunicación. Se produce un intercambio de roles donde el consumidor deja de ser pasivo, convirtiéndose en el denominado prosumidor, que es aquel que selecciona o crea sus propios mensajes predefiniendo a sus posibles receptores, generalmente masivos y globales.

El llamado prosumidor genera nuevas capacidades al convertirse en creador de ideas y opiniones. Se observa una evolución en palabras de Belli & Brocano,

“Un efecto de estas nuevas capacidades de compartir y crear información es el desarrollo estructuras horizontales dinamizadoras sociales. En espacios digitales y analógicos: alguien comparte información con otros, estos la toman y, a su vez, comparten su opinión sobre la misma. Estos tres pasos se replican

continuamente al interior de la red socio- técnica. Se genera un proceso de confianza gracias a este proceso dialógico, donde los usuarios comparten información con otros usuarios que pertenecen a la red y viceversa. Esta confianza mediada por tecnología representa la base sobre la que se construye una organización social, basada en la infraestructura horizontal ”

- Desde la acción colectiva al desarrollo de estructuras colaborativas.

La tecnología digital permite una fuerte interconectividad de las personas, lo que genera una mayor colaboración entre ellas, unas experiencias compartidas de todo tipo. Esta actuación colaborativa induce mejoras en la toma de decisiones, entre muchas otras actividades conjuntas de las personas.

Es un fenómeno claro y evidente a partir de la Web.2.0, que permite a los usuarios interactuar y colaborar entre sí. La característica diferencial es la participación colaborativa, generándose una inteligencia colaborativa entre de los usuarios, que aporta una mayor riqueza a la experiencia de las personas.

Dentro de este contexto quiero mencionar el impulso fuerte del desarrollo de estructuras que facilitan el intercambio entre particulares de bienes y servicios, me refiero a la economía colaborativa y al consumo colaborativo.

En la actualidad estamos logrando optimizar recursos, ampliar ofertas para el consumidor final, ahorrar y generar un ecosistema basado en el compromiso, la solidaridad y la generación de ideas. Ejemplos de esta economía y consumo colaborativo son el *crowdfunding* o micro mecenazgo, el transporte colaborativo, alojamiento colaborativo, espacios colaborativos etc...

2. Marco teórico

- La sociedad participativa.

Un ciudadano que se involucra en los procesos de transformación de su entorno social, contribuyendo a conformar una sociedad más participativa, que tiene en cuenta al sujeto en la toma de decisiones.

Un ejemplo que destacar es el proyecto Smart Human City, una iniciativa que se suma a la tendencia imparable de considerar al ciudadano no como mero receptor de servicios, sino también como copartícipe de las políticas de desarrollo de su ciudad. Una ciudad en la que los procesos de innovación tecnológica y social son co-diseñados por ciudadanos y gobierno local, mediante una relación de “mutua confianza y colaboración”. Periphèria (2014).

De todo lo expresado podemos avanzar que la Comunidad Digital es una simbiosis donde se mezcla tradición y contemporaneidad. Una tradición cualitativa que la enraíza y le da estructura, en un contexto contemporáneo que le permite la experimentación y la transformación del rol de los agentes involucrados.

Un sujeto participante más activo y comprometido, un investigador con una mirada abierta a nuevas vías de generar conocimiento, un cliente que se involucra como nunca hasta ahora con la realidad a investigar.

La Comunidad Digital se impregna de lo mejor de nuestro tiempo: la versatilidad y la flexibilidad que le permite la innovación tecnológica, puesta al servicio de la narrativa personal que el sujeto participante realiza del objeto de estudio investigado.

2.3. La investigación cualitativa, una danza entre ciencia y arte

Abordar el marco teórico en el que insertar esta tesis doctoral es una tarea que realizo apelando a la síntesis, entendiendo que gran parte del aporte teórico ha quedado plasmado en los capítulos posteriores de la investigación. Una investigación que está impregnada de aportes teóricos de pensadores de del campo de la Sociología, tanto clásicos como actuales.

Este capítulo, es más una declaración de principios, en la la que quiero dejar claro al lector qué hago en lo que hago cuando desde hace más de 25 años tomé la decisión de investigar desde la metodología cualitativa.

Ya expresé en la introducción que mi formación en Sociología la realicé en la Facultad de Sociología y CC Políticas de la Universidad Complutense de Madrid y ahí el aprendizaje me llevo al conocimiento de la Investigación Social desde la perspectiva tanto cuantitativa como cualitativa. Llegando a la especialidad me vinculé estrechamente a la Escuela de Sociología Crítica de Madrid, cuyo principal referente en lo que respecta al marco teórico es Jesús Ibáñez, teniendo la fortuna de realizar el curso de postgrado “Praxis de la sociología de consumo”. aprendiendo de la mano de Angel de Lucas y Alfonso Ortí.

Mucho se ha escrito sobre los aportes metodológicos que Jesús Ibáñez incorpora a la Investigación Social desde la perspectiva cualitativa y es muy recomendable para quien tenga interés en la misma abordar las dos obras “*Más allá de la sociología*” (Ibáñez, 1990) y “*Del algoritmo al sujeto*” (Ibáñez, 1990) que son, diría yo, un despertar al conocimiento y, muy principalmente una invitación al investigador social a realizar su propio camino, su propia ruta con la que abordar, reconocer y tomar posición interpretativa a la hora de dar sentido a la interpretación de los fenómenos sociales.

2. Marco teórico

Quiero remarcar qué es lo imprescindible para mí cuando abordo la investigación cualitativa.

1. En primer lugar, considero que me dirijo a comprender la realidad social, y muy específicamente, cuáles son las cualidades con la que la persona se construye a sí mismo como “sujeto social”. Es decir, el método cualitativo me exige mantener una mirada atenta al investigado para conocer de él cuál es su relato cultural -matizado siempre por lo personal, lo familiar-, que le lleva en su propio decir, a un viaje por el que comprende y da sentido a la realidad que vive, que imagina, que sueña, a la que aspira y/o la que desea transformar.
2. En segundo lugar, considero a la persona que interviene en la investigación desde su cualidad de productor de pensamiento, de reflexión, y, por tanto, capaz de construir conocimiento sea cual sea su posición en la sociedad, sean cuales sean las variables que le identifican con un tipo u otro de colectivo (edad, sexo, hábitat, profesión, etc.).
3. En tercer lugar, tal y como me abrió el camino Jesús Ibáñez al adentrarme en la metodología cualitativa, recabo datos producidos que, general y mayoritariamente, son datos lingüísticos, porque invito a la persona a comunicar, a decir, a expresar, a construir su propio relato en relación con el objeto de estudio.
4. En cuarto lugar, opero mediante la generación de conversaciones, aunque no solo, ya que dentro de la metodología cualitativa también son importantes el uso de técnicas de observación. Y busco crear el espacio/tiempo donde las conversaciones individuales y/o grupales produzcan diversidad de datos en forma de discurso. Será después que el análisis cualitativo de dicha producción de datos discursivos me sumerja en la comprensión de las

“verdades sentidas” sobre las que la persona sustenta su manera de comprender la vida, los mitos sobre los que sustenta su relato.

5. En quinto lugar, y con mucha atención, me alejo de buscar lo explicativo, exigiéndome en el conversar generar un lugar apropiado para que se produzca un intercambio espontáneo, lo más cercano a la libre asociación, sin pautas conversacionales.

Será a posteriori, el tiempo de interpretar el pensamiento de cada uno y de todos los participantes, comprendiendo también a través de su interacción, cuál es la construcción de sentido particular y grupal en lo que respecta al objeto de estudio.

Todo lo mencionado, además, requiere previamente de una posición por mi parte de reconocimiento y profundo respeto por las personas participantes, de sus acontecimientos individuales y en comunidad, de sus muy concretas condiciones vitales.

Es así que, inevitablemente me predispongo a recibir la diversidad, con la firme convicción de que lo cualitativo porta la virtud de la cualidad escheriana, por la que al investigador el dato producido en discurso se nos torna acertijo, que esconde en sí mismo, la respuesta ya interpretada que el análisis nos permite develar.

En el devenir de la propia investigación, va generando la arquitectura de las conclusiones acerca de los objetivos del estudio. Y en ese devenir mantiene el importante acecho para generar los cambios. Si fuera preciso con respecto al diseño inicial planteado, atenta siempre a nuevas rutas de exploración que puedan surgir en la investigación.

2. Marco teórico

El análisis es una reflexión desde lo particular a lo universal, de uno en uno y en relación entre participantes, identificando qué hay de similar en lo diferente y qué de diferente en lo similar.

Todo el S. XX nos trajo fundamentos teóricos sobre los que apoyar el valor del método cualitativo. Muy especialmente la Escuela de Sociología Crítica de Madrid formó a innumerables sociólogos y durante más de 40 años de experiencias en investigación comercial, hoy en día es aceptada como un método imprescindible para el conocimiento de las estrategias que cualquier empresa, o marca quiere poner en juego desde el conocimiento de sus clientes, proveedores, accionistas, empleados, etc.

Si bien es cierto que la investigación social se ha visto etiquetada entre los análisis cualitativos o los análisis cuantitativos por muchos años, también es cierto que lo contemporáneo nos aporta que no se trata de lo uno *o* lo otro. Más bien adentrarnos en la investigación social nos lleva a buscar la integración, a sustituir la *o* por una *y*, porque es por la integración de los métodos, que tejemos más y mejor desde la complejidad que habita en el ser humano coetáneo.

Es cierto que, en mi caso, es desde lo cualitativo que he desarrollado mi práctica profesional. Comparto con mi compañera Pepa Barral la siguiente descripción de qué es lo que hacemos cuando hacemos investigación cualitativa.

Barral (2017), en su texto *La Escucha Sociológica* señala:

“(...) he forjado “mi saber hacer”, haciendo crecer mi pasión que hoy es más nítida, más corpórea y entusiasta por abordar lo que me gusta nombrar como “lo no sabido”. Eso requiere de mí, que me cultive en la cualidad de sorprenderme, de permitirme que el

fenómeno se manifieste a través de la entrenada ‘escucha sociológica.

Considero que es muy valioso en nuestro oficio acercarnos a la transformación que está aconteciendo en la sociedad iniciando cada investigación que activamos, desde un previo ejercicio de vacío, un previo des(a)nudar el interés por “capturar” de los participantes lo que inscribimos como “objetivos de la investigación”; es hora de que abordemos con valentía lo que los ciudadanos –por lo general- nos “gritan” si les dejamos expresarse.

Este ejercicio de vaciarme, al que me dirijo día a día como si de la ducha cotidiana se tratara, nutre mi actividad y es sobre el que quiero compartir con vosotros, ¡ojalá, entre lectores que os dispongáis a ser colegas de vocación!

Los investigadores tenemos un hábito, considerablemente automatizado, estamos entrenados en el “im-poner”, “interpretar”, “sugerir”, “extraer”, y es así que producimos, consideramos, decimos, generamos relatos para nuestros clientes, vamos dando forma a nuestro valioso saber, que nos aporta más y más músculo productivo. Me atrevo a decir que ni siquiera somos conscientes de cuanto goce se procura el investigador cuando realiza su propia creación.

En este discurrir de lo profesional cada día observo más como, de alguna manera, nos estamos olvidando que somos puentes, transmisores de lo que no es evidente, somos traductores privilegiados del latido latente de la sociedad.

Nuestro sector hoy en día está provisto de múltiples herramientas porque en el tiempo actual nos asiste un intenso y vertiginoso cambio tecnológico. Sin embargo, cada día he de realizar el acto de recordarme el propósito de mi oficio, lo que yo considero nuestra esencia, nuestros principios.

Y estos principios siguen siendo aquellos que nos contaron nuestros mayores: escuchar sin pre-tensión, sin la avidez por encontrar rápidamente los objetivos de la investigación; degustar el ejercicio de la escucha de la palabra, del relato que generosamente nos conceden las personas a través de su tiempo de vida.

En mi experiencia, sólo así se conecta con el latido latente, aquel que relata la transformación de la sociedad que habita en el sujeto social ... después es el tiempo de dar rienda suelta a nuestro laborioso y muy placentero oficio de la interpretación.

Convencer al mercado del valor de nuestro oficio, sustentado en la Escucha Social que hoy en día se ha tornado en ARTE sin abandonar su singular cualidad de ciencia”. Barral (2017)

Y concluyo este apartado con una cita de Cerrillo y Ruiz, que hicieron en memoria de Ángel de Lucas, maestro de muchos de nosotros, en la que nos recordaban el compromiso de ser sociólogo.

“Con Ángel de Lucas fuimos cientos quienes aprendimos la importancia de la paciencia, la minuciosidad y el rigor en el análisis; la necesidad de que la investigación social ponga la escucha en el centro de su praxis, como recordaba uno de sus

discípulos más ilustres también con motivo del fallecimiento del maestro (Callejo Gallego, 2012); el imperativo ya no sólo metodológico, sino ético, de la reflexividad en todos los niveles de la investigación: cómo investigamos, por qué investigamos, para qué investigamos; la futilidad de una empiria sin una fundamentación teórica sólida, como recordarán tantos alumnos suyos que al matricularse en sociología del consumo se encontraban con largas disquisiciones sobre Freud y Malinowski; la imposibilidad de agotar las lecturas de un texto, al que siempre se podía volver para extraer nuevas interpretaciones posibles. En resumen, con Ángel de Lucas aprendimos una forma a la vez rigurosa y excitante de investigar lo social, ligada a una forma comprometida de ser sociólogo”.

2.4. El encuentro con la Sociología Digital

“La Sociedad de la Información concentra métodos de comunicación e información existentes para ser manipulados a través de instrumentos tecnológicos. La tendencia a la universalidad de la red y sus efectos en la comunicación y en la cultura informativa se constituyen en objeto de estudio de las Ciencias Sociales”.
(Sandoval, 2007)

“El mundo natural y el virtual se interpenetran a través de actividades e interacciones en ambos ámbitos creando un entorno híbrido que configura la realidad subjetiva de los individuos.”

(García Alvarez y López Sintas, 2012, citando a Ruhleder, 2000)

“La singularidad del ciberespacio o quizás mejor, su importancia principal estriba en que evoca o engendra maneras de interactuar que antes no eran posibles.”
(Lessing, 2009)

“Internet se dispone a ser tanto el objeto como el instrumento de una nueva modalidad —en realidad, de un nuevo entorno— de investigación sociológica que, inevitablemente, va a reclamar la hegemonía en el entero campo de nuestra disciplina”.

(Navarro y Ariño, 2016)

2.4.1. Los estudios de Internet: pasado, presente y futuro

El estudio de Hine, C. (2000) sobre etnografía virtual, supone mi primera toma de contacto con los estudios de Internet, una referencia sobre la cual desarrollo la mayor parte de mi conocimiento en este campo. Es a partir del desarrollo de esta tesis, cuando he tomado contacto con este nuevo campo de investigación y he descubierto una interesante y vasta obra sobre la que reflexionar y avanzar en mis futuras investigaciones.

Es interesante hacer un recorrido de la mano de Hine sobre los estudios que se han hecho para medir el impacto social de Internet a medida que iba evolucionando, y ver cómo su potencial y naturaleza se ha ido desarrollando, a la vez que desvelando desde estas investigaciones.

Los primeros estudios sobre CMO (Comunicación Mediada por Ordenador) trasladaban una idea de Internet como un medio de comunicación con limitaciones para la expresión. Si bien hay que tener en cuenta que eran desarrollos tecnológicos muy limitados y había un gran escepticismo y prejuicio hacia este tipo de comunicación.

Los estudios sobre Internet han pasado por varias etapas, pero es desde la segunda mitad de los años noventa a medida que Internet se iba desarrollando, cuando aumentó en relevancia. Christine Hine argumenta que "Internet abrió un nuevo objeto de estudio y fue colonizada por una variedad de perspectivas en competencia" (2005a: 241).

Desde la segunda mitad de los años noventa, los estudios sobre Internet comenzaron a concebir la red como un contexto cultural donde se producen discursos y prácticas a partir de las cuales emergen relaciones sociales significativas para sus usuarios.

Una tercera generación de investigaciones sobre Internet se desarrolla hacia finales de los 90 caracterizada por poner el foco de atención en las interacciones sociales y culturales que acontecen en línea, en sus contenidos discursivos y en la relevancia del contexto del acceso y el uso. Además, se evalúan las particularidades técnicas mediante las cuales se diseña, produce y realiza la relación entre el usuario. Reflexiones sobre las que seguimos centrando nuestra atención como investigadores/ras.

Mientras el uso de Internet comenzaba a intensificarse mundialmente después del año 2000, el interés que despertó como objeto de investigación adquiría también mayores proporciones. En palabras de Navarro y Ariño (2016: 110) “Internet como espacio hegemónico no solo de la información y la comunicación humanas, sino también de la interacción entre individuos y grupos, así como de la propia generatividad y «organizabilidad» de la vida social —y todo ello, en una escala congénitamente global.”

La pregunta original de Newhagen y Rafaeli formulada en 1996, ¿por qué deberían los investigadores de la comunicación estudiar Internet?", habría ahora evolucionado más bien hacia otro tipo de interrogantes: ¿cómo podríamos *no* estudiar los nuevos medios, si queremos entender la sociedad?" (Boczkowski, 2004: 149), ¿cómo los investigadores de la comunicación y la tecnología estudian Internet?" (Walter, Gay y Hancock, 2005). La necesidad de examinar Internet como objeto de estudio académico se daba ya por establecido. “Cada vez más, estudiar Internet va a ser estudiar la sociedad y estudiar la sociedad solo va a ser posible investigando Internet” (Navarro y Ariño, 2016: 114).

Nuestras formas de estudiar Internet juegan un rol fundamental a la hora de entender su significado. Como apunta Christine Hine, nuestro conocimiento de las nuevas tecnologías [es] moldeado de maneras significativas por los

2. Marco teórico.

métodos que escogemos para conocerlas y los compromisos epistemológicos subyacentes de los que dependen esos métodos (2005b: 7).

La investigación sobre Internet se avista entonces como una oportunidad reflexiva para entender los procesos por medio de los cuales las tecnologías de la comunicación adquieren vida social y cultural en una multiplicidad de contextos.

Camilo Aedo (2006) señala los rasgos distintivos de la proposición metodológica de C. Hine en su obra *etnografía virtual* y que destacamos por la enorme relevancia que tiene en las investigaciones sobre Internet futuras:

- “El estatus de la Red como forma de comunicación, como objeto dentro de la vida de las personas y como lugar de establecimiento de comunidades, pervive a través de los usos, interpretados y reinterpretados, que se hacen de ella.
- La etnografía virtual supone una dislocación del concepto de espacio y de campo de estudio, en tanto el objeto ha de centrarse en los flujos y en las conexiones, en vez de las localidades y los límites como principios organizadores.
- También se reformula la noción de tiempo: el etnógrafo convive entre varias actividades, captando sólo parcialmente el contexto.
- Las características de la tecnología permiten que las relaciones del observador con el objeto puedan darse en diferentes divisiones espaciales y temporales.

- Tan importante como la interacción con los informantes es la propia relación del investigador con la tecnología. En este sentido, la reflexividad cobra vital importancia.”

En la investigación que presentamos sobre la Comunidad Digital, hay un propósito claro de medir el papel mediador de la tecnología en cuanto a artefacto que permite al sujeto desarrollar su rol de informante de una forma única y novedosa. Una propuesta novedosa de generar conocimiento donde el investigador/ra social debe aprender nuevas reglas de interacción con el sujeto.

La Comunidad Digital, cómo metodología de investigación social, adquiere un doble interés desde la perspectiva de los estudios de Internet: ser un artefacto cultural y un dispositivo de producción discursiva. En otras palabras, Internet no es solo un instrumento facilitador de la producción de un discurso social, si no además es un espacio donde se desarrolla una estructura discursiva propia y única. Una metodología que explora en los significados que adquieren las culturas que se alojan o conforman en Internet, y por eso, el especial foco en la etnografía digital por sus grandes aportaciones en este sentido.

La Comunidad Digital se adentra en la reflexión, no solo de las implicaciones que tienen las TIC en general, e Internet en particular, en lo que se refiere a los métodos de investigación, si no a la misma transformación que introduce en la producción de conocimiento científico.

Como propone Hine los estudios de Internet (2005) nos permite poner a prueba concepciones de la investigación cualitativa y ofrece de esta manera la oportunidad para revisar los métodos establecidos y explorar las posibilidades de nuevos diseños y aproximaciones.

En palabras de A. Estatella, E.Ardevol y D. Domínguez la tecnología nos aboca a una necesaria reflexión sobre su papel en la producción de conocimiento y nos ofrece la posibilidad de transformar las practicas a través de las cuales ese conocimiento es producido, elaborado y representado.

2.4.2. Desarrollo de identidades en el ciberespacio

Hine (2000) se preguntaba ¿cómo afectan estas nuevas interacciones a las identidades, o a los sentidos de autenticidad y de autoría?.

Se pensaba que la interacción en el espacio on line llevaría a la desaparición de las barreras de clase, raza, género, edad, idioma. Sin embargo, tal como señala Sandoval (2007). éstas persisten. Las comunidades virtuales expresan las cargas simbólicas construidas en las comunidades off line. Es decir, los productos simbólicos no existen en un espacio distinto, sino que se sitúan en el contexto de las geografías políticas y culturales de la realidad social.

La carga simbólica creada dentro de las comunidades on line mantiene un significado similar al de los elementos físicos que se perciben en la realidad; existe una relación entre el concepto y la imagen que se manifiestan tanto on line como en el espacio real off line.

Hine (2002: 147) plantea que más que la identidad y la interacción on line sea real vs lo offline hay que observar cómo, donde y cuando se generan las identidades y realidades en el mundo online “el etnógrafo intenta evaluar cómo se organiza y se vive una cultura en sus propios términos. La intención, por tanto, es dejar de lado la pregunta sobre la “verdadera” identidad, e incluso sobre si la realidad existe, y reorientar el foco empírico hacia cuestiones que tienen que ver con cómo, dónde y cuándo aparecen las identidades y realidades en Internet”

Hine (2002: 148) citando a autores como Reid y Turkle (1995) dice que los dominios-multiusuario pueden, aunque no siempre tener como objetivo abrir el espacio para “la fantasía y construir personajes cual si fuesen personas que se han hecho así mismas” lo que puede llegar a tener consecuencias liberadoras: son escenarios en los que se pueden probar nuevas identidades o expresar facetas de la propia personalidad que suelen reprimirse en contextos presenciales.

En muchos dominios multi-usuario el hecho de que se asuman identidades es prácticamente rutinario y normal. La oportunidad de jugar distintos roles es bien recibida siempre que haya claridad sobre las expectativas apropiadas, ninguno espera que sus interlocutores sean (offline) quienes dicen ser (online). En estas circunstancias, la constatación de que los roles online no reflejan la identidad offline puede ser un shock.

Por eso según Hine (2002: 148-149), “algunos autores ven el actual juego de identidades en Internet como una manifestación de cambios culturales mucho más amplias, relacionados con la fragmentación del SI mismo o el descentramiento del sujeto. Citando a Danet, (1998: 131) “El anonimato, junto a las cualidades dinámicas del medio, tienen un alto poder desinhibidor”.

La autora señala, (Hine 2002: 149-152) que hay visiones que no cuestionan tanto el tema de la identidad online como algo que - *per se* - se tenga que cuestionar:

- Porque indica que para algunos autores la noción de identidad como algo performativo no es algo único de Internet, ya que las identidades falsas no son únicamente producto de un contexto online, sino que “ejerce en otras esferas de la vida y es anterior a la llegada de internet y está bien documentada” (Wynn y Katz, 1997).

2. Marco teórico.

- Porque indica que muchos usuarios tienen identidades estables y consistentes “muchos usuarios producen identidades bastante estables y consistentes. Baym (1998) ha afirmado que, a pesar de la fascinación académica por el tema, es probable que la mayoría de los usuarios de Internet no se proponga deliberadamente construir nuevas identidades. En el grupo de discusión sobre telenovelas que esta autora estudió, los participantes construían identidades consistentes, sostenidas y, al parecer, coherentes con sus personalidades offline. Por su parte, Correl (1995) encontró altos niveles de correspondencia entre las identidades offline y online de sus informantes.
- Y porque el anonimato es más una percepción del usuario que una realidad, ya que, si hubiera tiempo y no implicara mucho esfuerzo, se podría identificar o localizar identidades on-off, y que lo importante es sobre todo el uso que dan a Internet más que la identidad on-off. Wynn y Katz (1997) afirman que el anonimato, más que estar garantizado por la tecnología, es una ilusión fundamentalmente sostenida en las prácticas de los participantes. Rastrear afirmaciones y referencias hechas en Internet en el mundo "real" no es del todo imposible, no se hace porque requiere de mucho esfuerzo y no menos recursos. Así, Wynn y Katz han indicado que esta preocupación académica (más específicamente. posmoderna) por Internet, la flexibilización de la identidad, la fragmentación y la virtualidad, no cuenta con referencias reales Y, por ende, no refleja el uso cotidiano que la mayoría de las personas atribuye al ciberespacio. Todo esto indica que la relación entre Internet y el tema de la autenticidad no está determinada por la tecnología como tal. Al menos no de forma importante.

- El juego de identidades según Hine (2002: 151) es más en espacios multi-usuario que en grupos de noticias, con lo que nos viene a decir que todos los espacios o site de uso de Internet no dan el mismo pie a crear o configurar identidades distintas o matizadas vs las offline. Media la confianza en el medio y el autor.

Las interacciones sociales en Internet se han transformado y sofisticado desde los primeros inicios. Las personas han ido incorporando el uso y las posibilidades sociales de Internet a sus vidas según se han ido desarrollando. En los inicios de Internet, los grupos de noticias, los canales de conversación en tiempo real, los tabloneros de noticias y el correo electrónico circunscribían las interacciones a meros intercambios de texto, sin importar el contenido y la relación que se generaba. Es partir del desarrollo de la web 2.0, con el uso de imágenes, audios, videos, blogs, podcast, etc... cuando Internet eclosiona como escenario de un nuevo orden social.

La participación en contextos sociales on line se está normalizando, hay una creciente participación de muy diversas tipologías de comunidades digitales basadas en intereses sociales y culturales, convirtiéndose en la vida cotidiana de las personas. Unos espacios que son contextos de expresión y pertenencia.

2.4.3. Desafíos de la investigación cualitativa en las ciencias sociales

Para terminar de enmarcar la investigación que a continuación presentamos sobre la Comunidad Digital, quiero dar eco en este marco teórico de los nuevos desafíos que la investigación cualitativa tiene en el marco de los estudios de Internet, y del desarrollo de lo que se denomina Ciencia abierta o e-Ciencia de la mano de García Álvarez y López Sintas (2012).

Internet, las redes sociales y los últimos desarrollos tecnológicos en el entorno 2.0 están causando un gran impacto en la investigación en general y en la cualitativa en particular. Estos cambios afectan al diseño de la investigación, al tipo de problemas a estudiar, a las formas de obtener los datos y a la naturaleza de lo que se puede considerar como datos.

Siguiendo a G. Alvarez y L. Sintas (2012) este nuevo contexto plantea tres nuevos efectos:

- Un incremento en la complejidad de los proyectos de investigación.

Planteamientos de diseños mixtos, cualitativos y cuantitativos, para el análisis de entornos híbridos (online- offline simultáneamente). Estos diseños requieren un uso intensivo de la tecnología a lo largo de la realización de todo el estudio (obtención de datos, registro, análisis y presentación de resultados).

- Un desafío ontológico, epistemológico y metodológico.

El incremento en estos entornos híbridos donde lo natural y lo virtual se solapan e interaccionan requiere repensar la naturaleza del campo a

estudiar, el acercamiento a cómo se realiza la selección y el estudio. También requiere adaptar técnicas de trabajo de campo tradicionales a este nuevo entorno, desarrollar otras y abrir nuevas posibilidades para la obtención de los datos su análisis y la presentación de los resultados.

Desde una perspectiva teórica al no poder trasladar perfectamente los esquemas de realización de la investigación en el mundo natural al virtual (trabajo de campo asincrónico, co-presencial), se presentan como ya hemos relatado hasta el momento alternativas a los planteamientos tradicionales como la etnografía virtual (Hine, 2000) y netnografía (Kozinets, 2010), metodologías que se han desarrollado de forma importante en los últimos años.

Además, se presentan nuevos condicionamientos éticos que se consideran propios del ámbito virtual (Dicks et al., 2005; Mann & Stewart, 2000; Markham, 2005).

- Una demanda de competencias tecnológicas para el investigador cualitativo.

Nuevas habilidades para el investigador social, que le permitan moverse con desenvoltura en el uso de herramientas digitales móviles (smartphones, tablets software, aplicaciones), para el registro y edición de datos de todo tipo en entornos híbridos (natural y virtual) durante el desarrollo del trabajo de campo.

En la actualidad y dentro de mi experiencia como investigadora de mercados cabría añadir que, desde la industria de gran consumo, se está impulsado cada vez con mayor convicción la experimentación metodológica en métodos y herramientas de investigación cualitativa. Una industria que demanda un

2. Marco teórico.

conocimiento renovado para el desarrollo de negocios y marcas, en un contexto de alta innovación.

Nos encontramos en un momento de una gran convergencia multidisciplinar, métodos que integran entornos on y off, y que incorporan nuevas disciplinas como el design thinking o el gaming. Un estilo de investigación que actualmente se desarrolla con fuerza en el ámbito de la investigación de mercados.

La experimentación e innovación en metodologías cualitativas nos lleva directamente a nuestra tesis de estudio, la Comunidad Digital como metodología cualitativa que innova en la manera de reproducir el discurso social, integrando entornos vitales para el sujeto e incorporando nuevas disciplinas que enriquecen el análisis y la obtención de datos.

En la actualidad ya hay muchas propuestas innovadoras de proyectos de investigación en los que los informantes redefinen sus roles, grabando videos, audios, utilizando diversidad de dispositivos tecnológicos, participando en nuevas dinámicas y propuestas de campo, grupos y entrevistas on line, talleres de cocreación on line, grupos de WhatsApp, etc., dinámicas que están sostenidas por plataformas tecnológica que permiten el desarrollo de una nueva practica investigadora, con altos niveles de funcionalidad en entornos digitales móviles.

Plataformas tecnológicas que permiten la realización de entrevistas, grupos de discusión y autoetnografía mediante la grabación de audio, video, texto y recuperación de ficheros ya existentes en el móvil; plataformas facilitadoras del desarrollo de Comunidades digitales, con herramientas tipo Foro o Blogs, que permiten el desarrollo del discurso escrito, grafico, audiovisual, y con facilidad y capacidad para la subida y bajada de contenidos; desarrollos

tecnológicos que innovan en la edición de los datos, en la segmentación por targets, en definitiva enriqueciendo y abriendo nuevas vías para el proceso de análisis.

La metodología de la Comunidad Digital que a continuación presentamos es una propuesta basada en todos los planteamientos que se han ido argumentando en este marco teórico, de los que destacamos: su enraizamiento en los principios básicos de la metodología cualitativa, y su apuesta firme en la integración de una variedad de disciplinas, clásicas y emergentes, que le aporta nuevas habilidades tanto en la obtención de datos (trabajo de campo), como en el desarrollo analítico.

La Comunidad Digital es una metodología integrada de lleno en el contexto de la sociedad digital, un contexto muy dinámico y de fuerte transformación que le dota de una naturaleza en continua evolución.

3. METODOLOGÍA

- 3.1. Objetivos.
- 3.2. Metodología.
- 3.3. Diseño muestral.
- 3.4. Guion de entrevista.
- 3.5. Descripción técnica de Comunidad Digital.

“Parte de mi argumento es que la etnografía se fortalece, precisamente, por su falta de recetas. Desde su origen, los etnógrafos se han resistido a producir guías que prescriban su aplicación pues, a fin de cuentas, la etnografía es un artefacto y no un protocolo que puede dissociarse de su espacio de aplicación ni de la persona que lo desarrolla (Rachel, 1996). La metodología de una etnografía es inseparable de los contextos donde se desarrolla y por eso la consideramos desde una perspectiva adaptativa que reflexiona precisamente alrededor del método. La postura etnográfica descrita en este libro trata de hacer justicia a la riqueza y complejidad de Internet, a la vez que aboga por la experimentación dentro de un género que responde a situaciones enteramente novedosas.” (Heine, 2000)

3.1. Objetivos

El objetivo central de esta Tesis es identificar las claves de la Comunidad Digital como metodología de investigación social cualitativa, desde el análisis de la experiencia del sujeto participante y del estudio de las interacciones que se generan en la Comunidad Digital.

Entrar en la experiencia del sujeto informante en la Comunidad Digital, es entrar en la comprensión de muchos factores que inicialmente no me los había planteado y que han surgido desde el propio proceso de investigación, este aspecto me enriquece personalmente porque los objetivos originales han trascendido durante el proceso de investigación.

A continuación, detallo los objetivos preliminares del documento del proyecto de investigación que son un buen punto de partida para la introducción de este capítulo de metodología y explican muy bien las intenciones que persigue el estudio que presento:

- Explorar en el substrato motivacional de formar parte de una Comunidad Digital.
- Identificar actitudes de partida del sujeto participante y cómo va evolucionando con el tiempo.
- Identificar las claves de la experiencia de la Comunidad Digital frente a otras técnicas de investigación cualitativa como el grupo de discusión y la entrevista en profundidad.
- Analizar cómo se desarrollan los discursos desde el relato escrito frente al relato hablado.

La Comunidad Digital: teoría y práctica de una metodología cualitativa de investigación social.

- Desarrollar el posicionamiento de las principales herramientas de la Comunidad Digital: Foro, Diario, Blogosfera.
- Identificar aspectos nuevos que se desarrollan con las metodologías on line frente a las metodologías tradicionales:
 - En relación con el objeto de la investigación (la realidad social)
 - En relación con el sujeto informante de la investigación (sujeto/ objeto que conforma la realidad social)
 - En relación con el investigador (Bricoleur de la realidad social)
 - En relación con el demandante de conocimiento (transformación de roles de control, dominación de la ideología dominante del mercado, los anclajes del marketing, ...)
- Identificar claves de la moderación en las Comunidades Digitales.
- Hacer un análisis comparativo entre la Comunidad Digital y otras RRSS o Foros de Internet.

Una vez finalizada esta investigación, puedo decir que todos los objetivos en relación con el informante y el papel del investigador han sido ampliamente desarrollados.

3.2. Metodología

La investigación que se desarrolla a continuación ha sido abordada desde una doble perspectiva cualitativa: la entrevista en profundidad a participantes de Comunidades Digitales para la investigación de mercados, y en segundo lugar el análisis de la participación en la Comunidad Digital de cada persona entrevistada.

Un sujeto que nos relata la experiencia desde sus vivencias y percepciones, y un análisis de sus interacciones que nos retrata al sujeto desde sus acciones, una correlación muy interesante entre lo vivido y lo realizado.

Desde el análisis del discurso de las entrevistas, y el registro de las interacciones y de los contenidos generados en la Comunidad Digital, se ha adquirido un conocimiento profundo de la dinámica de interacción, de las motivaciones que mueven la participación y de las actitudes que se desarrollan.

El diseño metodológico plantea un diseño holístico, en el que se estudia el entorno presencial y digital de forma integrada como configuradores inseparables de la realidad del individuo.

Dos miradas que se han complementado y han dotado de un marco de comprensión de gran riqueza para el desarrollo de los fundamentos de la Comunidad Digital como metodología para el análisis de la realidad social.

1. Fase de entrevistas en profundidad.

La fase de entrevista en profundidad nos ha facilitado el desarrollo de una conversación tranquila, en un ambiente relajado donde el sujeto se pudiera “soltar” y sentirse libre para expresarse con confianza. Una conversación que

me ha permitido entrar tanto en su experiencia en la Comunidad Digital, como en su momento vital, sus inquietudes y su vida cotidiana.

La entrevista en profundidad trata de ahondar en las verdades experienciales de los sujetos buscando la autenticidad. Con ella no solo se pretende construir la subjetividad del individuo, sino comprender asuntos personales, experiencia vivida, valores, decisiones.

La entrevista en profundidad realizada no ha sido directiva, se ha permitido que el entrevistado derive a temas de su interés, sin forzar ni inducir y tratando que las respuestas sean espontáneas.

Tampoco ha sido una entrevista en profundidad estructurada: no se establecen preguntas mediante un cuestionario cerrado. En el último apartado de este capítulo de metodología adjuntamos el guion que sirvió de apoyo durante las entrevistas.

Las entrevistas en profundidad han tenido una duración variable, entre una y dos horas, dependiendo de cada entrevistado y el tiempo que necesitara para soltarse, respetando su tiempo.

Las entrevistas han sido presenciales entre los participantes residentes en Madrid en las oficinas de Análisis e Investigación y, a través de videoconferencia con Skype a los participantes que residen fuera de Madrid, durante los meses de abril a junio del 2019.

La participación en esta investigación de tesis no ha sido incentivada económicamente, los participantes han accedido a formar parte de la investigación desde su interés en colaborar y formar parte de la investigación de la tesis.

3. Metodología

Las entrevistas han sido realizadas por mi, con el apoyo del equipo de coordinación de Comunidades Digitales de Análisis e Investigación que yo dirijo.

Las entrevistas fueros grabadas en audio respetando el anonimato de los informantes y asegurando la confidencialidad de la información.

Se han realizado transcripciones literales de cada una de las entrevistas y se ha llevado a cabo un análisis cualitativo del discurso.

El proceso de análisis se centra en la reformulación, explicitación y teorización de un testimonio, de una experiencia o de un fenómeno. El resultado no es una cantidad sino una cualidad, dimensión, extensión o conceptualización del objeto.

El análisis del discurso realizado se inicia con una lectura minuciosa de la transcripción literal, emprendiendo un camino hacia la revelación de categorías y de conceptos que se relacionan y se llenan de significados desde la saturación del discurso. La recogida de datos va configurando el tamaño de la muestra final. Esta viene determinada por el desarrollo de las categorías identificadas y la teoría emergente.

2. Fase de análisis de la participación en la Comunidad Digital.

La segunda técnica utilizada, el análisis de la participación en la Comunidad Digital, se ha ido realizando de manera paralela al proceso de investigación, haciendo un seguimiento de cada una de las interacciones de los participantes, tanto a nivel cuantitativo, midiendo el número de participaciones, como a nivel cualitativo, desde el análisis del contenido de las mismas.

Para el análisis de los datos se han realizado mediciones y análisis de contenidos por participante, tomado una posición como investigador desde el sentido más tradicional de la etnografía, sumergiéndome en la Comunidad Digital, analizando las relaciones, actividades y significaciones que se forjan entre quienes participan en la Comunidad Digital.

La investigación de esta Tesis nos ha llevado a descubrir el fenómeno que acontece dentro de la propia Comunidad Digital desde esta visión etnográfica, haciéndola crecer como objeto para ser indagado además de para indagar.

La etnografía digital nos permite centrarnos en lo que Knorr-Cetina (1983) llama “el carácter ocasionado, localmente situado” del uso de Internet. Nuestro objetivo, por lo tanto, será estudiar cómo se negocia el estatus en la red en el contexto en que se emplea” (Hine, 2002: 13)

Finalmente, para cerrar este apartado de metodología, hemos realizado un análisis integrado de las dos fases, desde un enfoque sistémico, estamos hablando de analizar desde una perspectiva de sistemas donde entran en juego los Elementos, las Interacciones y las Propiedades que emergen en consecuencia. El proceso nos ha aportado una mirada diferente hacia la experiencia de vivir en la Comunidad, reconociendo una nueva forma de organización, un fluir discursivo integrado desde todos los elementos y las interacciones que se producen.

3.3. Diseño Muestral

El universo sobre el que se realiza esta investigación de tesis es el de participantes de Comunidades Digitales para la investigación de mercados, en concreto de dos proyectos de investigación en Comunidades Digitales desarrolladas para una empresa del sector de las Telecomunicaciones en España durante el periodo de ocho y seis años. Ambos proyectos aún siguen en marcha.

Cada Comunidad Digital está dirigida a un target específico:

- Comunidad de jóvenes: 24 participantes jóvenes con alta actividad en su entorno social y con un nivel alto de conectividad en RRSS, de status medio/medio. Jóvenes estudiantes o trabajadores, que viven con sus padres en el hogar.
- Una muestra equilibrada por sexo y segmentada en tres intervalos de edad: 14 a 17, 18 a 21, y 22 a 28 años. Otras variables de segmentación son: tipo de operadora contratada, clientes de prepago y de contrato, representación geográfica de diferentes ciudades metropolitanas españolas, territorios de intereses de ocio.
- El objetivo de esta Comunidad Digital es conectar con el universo de los/as jóvenes, conocer sus inquietudes e intereses para el desarrollo de estrategias de marketing y desarrollo de marca.
- Comunidad de hogares: 50 participantes cabeza de familia, que deciden la contratación de telecomunicaciones en el hogar, activos/as laboralmente, con estudios medios y universitarios, y de status medio/medio.

La Comunidad Digital: teoría y práctica de una metodología cualitativa de investigación social.

- Las variables de segmentación de esta muestra son: sexo, tipo de hogar (definido por número de hijos/as, y el tipo de equipamiento y usos tecnológicos de la familia fuera y dentro del hogar), tipo de operadora contratada, tipo de tarifa contratada y área metropolitana.
- El objetivo de esta Comunidad es conectar con el universo del hogar, conocer sus inquietudes e intereses en usos y servicios de productos de telecomunicaciones, para el desarrollo de estrategias de marketing y desarrollo de marca.

La selección de participantes ha sido muy cuidada, a través de una serie de variables de segmentación que a continuación detallamos.

El objetivo último ha sido obtener una muestra variada y rica de cada una de las dos Comunidades Digitales sobre las que se desarrolla la investigación, una muestra que nos permitiera tener un acceso completo a la experiencia de participar en las Comunidades Digitales desde una variedad de perfiles, miradas, puntos de partida, que aportaran mucha riqueza y profundidad al análisis.

Las variables de segmentación para la selección de participantes han sido las siguientes:

- Sexo: hombres y mujeres al 50%. Una muestra equilibrada en términos de sexo, como punto de partida para el análisis.
- Edad/Momento vital: tres momentos vitales: adolescencia, juventud y madurez. Una muestra que está muy atenta a la experiencia por el momento vital de la persona, cómo la experiencia se alinea, se complementa, se integra en su vida.

3. Metodología

- Tipología del hogar: hogar sin hacer: sin hijos/as; hogar recién anidado: hijos/as menores de 7 años; hogar maduro: hijos/as hasta 21 años; hogar consolidado: hijos/as mayores de 21 años. Esta variable fue contemplada entre el colectivo adulto, para configurar de manera más completa la diversidad de momentos vitales.
- Territorio de afición: vídeo juegos, RRSS (canal de youtube, blog propio, instagramer...), música (grupo, composición...), fotografía (realización y edición).
- Intensidad de participación: alta, media y baja. La intensidad de la participación como punto de referencia para contemplar la posibilidad de una variedad de experiencias.
- Experiencia previa off line: alta, media, baja o ninguna, como variable de control que nos permitiera profundizar en las diferencias experienciales.
- Área territorial: la diversidad geográfica de participantes de diferentes áreas metropolitanas era una oportunidad que no podíamos pasar por alto por muchas razones, diversidad de culturas, estilos de vida, etc. además de ser una variable determinante en el proyecto.

Atendiendo a estas variables de segmentación se han realizado un total de 18 entrevistas en profundidad, 9 entrevistas a participantes de la Comunidad Digital de jóvenes y 9 entrevistas a participantes de la Comunidad de Hogares.

TABLA 1. Muestra.

Muestra: 9 participantes

Segmentación por variables de reclutamiento

	Sexo	Edad	Hogar	Área	Participación Blog	Experiencia off line	Antigüedad Comunidad Digital
1	Hombre	49	Maduro	Madrid	Media	Baja	1 año
2	Hombre	41	Recién Anidado	Madrid	Baja	Media	2 años
3	Hombre	44	Maduro	Madrid	Alta	Alta	1 año
4	Hombre	49	Maduro	Barcelona	Media	Alta	2 años
5	Mujer	52	Maduro	Bilbao	Alta	Ninguna	2 años
6	Mujer	31	Sin Hacer	Coruña	Alta	Alta	1 año
7	Mujer	42	Recién Anidado	Madrid	Media	Alta	9 meses
8	Mujer	31	Sin Hacer	Barcelona	Baja	Media	9 meses
9	Mujer	43	Recién Anidado	Madrid	Baja	Alta	9 meses

Fuente: Elaboración propia.

3. Metodología

TABLA 2. Muestra.

Muestra: 9 participantes

Segmentación por variables de reclutamiento

	Sexo	Edad	Área	Territorio Afición	Participación Blog	Experiencia off line	Antigüedad Comunidad Digital
1	Hombre	15	Madrid	Youtuber Deporte Series	Media	Alta	2 años
2	Hombre	18	Madrid	Videojuego Fotografía	Alta	Alta	1 año
3	Hombre	22	Madrid	Gaming Tecnología	Media	Alta	9 meses
4	Hombre	21	Madrid	Fotografía Erasmus*	Baja	Ninguna	1 año
5	Hombre	22	Sevilla	Música	Alta	Ninguna	2 años
6	Mujer	22	Madrid	Fotografía	Baja	Media	9 meses
7	Mujer	28	Barcelona	Diseñadora Moda	Media/Baja	Media/Baja	6 meses
8	Mujer	14	Madrid	Danza	Alta	Alta	9 meses
9	Mujer	16	Madrid	Moda Tendencia	Baja	Baja	2 años

Fuente: Elaboración propia.

TABLA 3.

Total de la muestra según variables sociodemográficas

	Comunidad Digital Hogares	Comunidad Digital Jóvenes	Total Muestra
Sexo	(9)	(9)	(18)
Hombre	4	5	9
Mujer	5	4	9
Edad			
14 a 17 años		3	3
18 a 21 años		2	2
22 a 25 años		3	3
26 a 35 años	2	1	3
36 a 45 años	4		4
46 a 55 años	3		3
Área Geográfica			
Madrid	5	7	12
Barcelona	2	1	3
Bilbao	1		1
Coruña	1		1
Sevilla		1	1

Fuente: Elaboración propia.

3.4. Guion de entrevista

El guion que a continuación presento recoge los objetivos que se quieren abordar en la entrevista. El documento está estructurado en bloques temáticos y con apartados de posibles preguntas en sugerido, que permitan profundizar sobre los objetivos de cada bloque.

Es importante insistir en que el guion es una propuesta de conversación para el libre discurrir de las personas entrevistadas, de tal manera que cada entrevista resulta individual y única.

En la convocatoria de la entrevista se les informaba del motivo de la entrevista en términos muy generales: *El desarrollo de una Tesis Doctoral cuyo objetivo es profundizar en la experiencia de los participantes en Comunidades Digitales.*

Introducción

Se inicia la conversación agradeciendo su presencia y colaboración desinteresada en el proyecto de investigación para la tesis doctoral.

Se introduce el contexto de la investigación: nuestro equipo lleva trabajando con las comunidades ocho, nueve años, y después de este tiempo hemos decidido teorizar sobre qué diferencias hay con respecto a otras técnicas cualitativas tradicionales, como son el grupo de discusión y la entrevista en profundidad, y cómo se configura en el contexto de la sociedad de la información y en el actual uso de estos entornos digitales, con especial foco en el uso de RRSS.

Intentando simplificar, nuestro objetivo es establecer los fundamentos de las Comunidades Digitales como herramienta de investigación, validarlas científicamente como metodología cualitativa para la comprensión y análisis de la realidad social.

Presentación de participantes.

Para empezar hablemos un poco de ti, preséntate como mejor te parezca... (dejarle que cree su propia narrativa, no presionarle, solo ir orientándoles un poco, sobre su contexto personal, familia, laboral, social, que cosas le interesan, les preocupan, como es su vida cotidiana, etc...).

Nota: A lo largo de toda la entrevista hay que ir descubriendo, poco a poco, qué persona tenemos enfrente, aficiones, tipo de vida, estilo de vida, cotidianidad, desplazamientos, ocio, tipo de trabajo...

1. **Experiencias previas como participante de investigación.**

Es importante en esta primera fase de entrevista hablar sobre las experiencias previas en proyectos e investigación cualitativa si los hubiera, y si no qué expectativas tenían en participar en un proyecto de estas características, y muy importante conocer de primera mano cómo han llegado a plantearse formar parte de un proceso de investigación.

Sería interesante que empezáramos por: cuéntame un poco tus experiencias..., cuándo empezaste... cómo lo encontraste.

En principio dejar que el discurso sea abierto y que vaya contando libremente aspectos que se le vengán a la cabeza de sus experiencias. (El grupo de discusión domina ampliamente el repertorio de experiencias previas, explorar participación en hall test, y entrevistas etnográficas).

Si hay muchas experiencias ayudarle a centrarse, por ejemplo, en la primera, en la última, en la que te sentiste mejor, en la que sentiste peor, la que fue más innovadora.

Objetivo de este apartado:

- Conocimiento de la experiencia desde el origen: Qué razones hay detrás de la participación, cuál fue el impulso inicial (importancia de la remuneración económica vs. desarrollo de motivaciones personales).

3. Metodología

- Entender las motivaciones personales: La curiosidad, aprender, estar conectado/ al día...
- Elementos de la experiencia que destacan, cuáles le resultaron más y menos motivante y por qué.

Preguntas sugeridas según el transcurrir de la entrevista:

- Lo que más te gusta/ lo que te llevas cuando termina el grupo/ la mejor sensación...
- Cómo te encuentras tú dentro del grupo, sensaciones que vas teniendo, cómo va evolucionando tu posición dentro del grupo.
- Háblanos de elementos o prácticas que sea importantes dentro de la dinámica: el papel de la moderación, las herramientas que proponen para el desarrollo de la dinámica, el resto de las personas participantes, el espacio de la reunión.

2. Experiencia en la Comunidad Sensors

Iniciar la conversación desde el inicio, el origen de la participación...

- Razones para participar en la Comunidad Digital.
- Expectativas que tenías antes de entrar (herramientas, dinámicas, sensaciones).
- Cómo es tu experiencia (en abierto).
- Según la antigüedad, indagar en la evolución, los inicios, detectar hitos/momentos importantes para lo bueno y lo malo.
- Explorar en su día a día con la CD (Comunidad Digital), en cómo se incorpora a su día a día. Momentos y frecuencia de conexión.

Explorar en sugerido por cada herramienta, iniciar según preferencias, por ejemplo, con qué herramienta te sientes más identificado, cuál te gusta más.Cuál es tu espacio preferido, háblanos de este espacio...

Vamos a centrarnos en el Blog Social:

- Cómo te sientes, cómo definirías este espacio con una palabra o una sensación.
- Qué tipo de rol tienes: indagar en contenidos, en perfiles, cuando posteas qué proceso mental tienes para seleccionar contenidos, cuando haces un comentario, cuando lees qué criterios tienes para seleccionar posts de lectura o hacer un comentario, Nick reconocidos.

Explorar sobre el uso del lenguaje, tono, materiales audiovisuales, gráficos, titulares, etc.

- Qué te gustaría tener que no tienes en este espacio.

El Blog Personal:

- Cómo definirías este espacio con una palabra o una sensación.
- Cómo te enfrentas a las actividades del Diario.
- Cuando te llega la actividad ¿Qué haces? ¿Cómo te la planteas?.
- Qué tipo de actividades en Diario te hacen sentir mejor, más cómodo.
- Qué aspectos te gustan menos de la herramienta.
- Qué mejorarías.

EL Foro:

- Cómo definirías este espacio con una palabra o una sensación.
- Cómo te enfrentas a las actividades del Foro. Cuando te llega la actividad ¿Qué haces? ¿Cómo te la planteas?.
- ¿Cómo es la interacción que estableces con el resto de participantes?.

3. Experiencia en RRSS

- Qué tipo de RRSS usas habitualmente, que es lo que más te gusta de las RRSS que utilizas, qué te aportan, etc.

- Qué semejanzas dirías que hay entre la Comunidad Digital y una RRSS.
- A qué RRSS se parecería, desarrolla las semejanzas y las diferencias.

4. Preguntas clave para explorar en sugerido, según cada entrevista:

En definitiva, una gran pregunta para reflexionar es ¿Qué pasa cuando escribimos que no pasa cuando hablamos, y al revés? Imagínate que te hago una pregunta y el contexto es presencial, qué pasa; y si el contexto es on line, qué diferencias percibes.

Y otra gran pregunta es ¿Escuchamos igual que leemos? ¿Qué tiene la vista que no tiene el oído, y al revés? ¿Cómo procesamos la información cuando escuchamos, y cómo lo hacemos cuando leemos?

Por qué no utilizas otros materiales para el desarrollo de discurso, en Diario o Foro, como elementos audiovisuales, gráficos, etc...

La barrera de la pantalla qué límites tiene (explorar en abierto sobre la ausencia de lenguaje corporal, espontaneidad...), y qué fortalezas (explorar en abierto sobre la reflexión, la libertad...).

Qué te parecen los encuentros presenciales.

Qué opinas sobre el hecho de conocer, o no, la Marca de la Empresa que promueve el estudio.

Despedida: Muchísimas gracias por haber venido y compartir tu experiencia.

3.5. Descripción técnica de Comunidad Digital

Para finalizar este capítulo de metodología y definición de objetivos, considero pertinente hacer una descripción de los fundamentos técnicos sobre los que he sustentado la Comunidad Digital en el marco del equipo de trabajo de Comunidades Digitales del Instituto Análisis e Investigación:

- Colectivo de personas que comparten su mirada sobre la realidad social, reflexionan sobre ella en un contexto fundamentalmente digital, a través de una plataforma online.
- Una muestra cualitativa de 25 a 50 personas (el número puede ser muy variable según el universo a investigar), que forman parte de un proceso de investigación que dura en el tiempo (el tiempo puede oscilar de meses, a uno o dos años).
- Cada participante forma parte de un proceso de selección exhaustivo, según perfil socio demográfico y actitudinal, a la medida de cada proyecto.
- El grupo de participantes seleccionado adquiere un compromiso de un mínimo de tres intervenciones a la semana en la plataforma online sobre la que se desarrolla la Comunidad Digital; y por ello reciben un incentivo económico mensual (puede oscilar según el proyecto, entre 25 y 50 euros mensuales, son incentivos estándar en Gran Consumo). Se establece un fuerte compromiso para un ritmo constante y momentos intensos de actividad.
- El grupo de participantes pueden conocer, o no, la Marca promotora del proyecto. En este sentido, he seleccionado para el análisis los dos supuestos:

3. Metodología

- En la Comunidad Digital de jóvenes se desvela desde el principio que es una Comunidad de Marca del Sector de las Telecomunicaciones.
- En la Comunidad Digital de hogares sólo se comunica que es una Comunidad para desarrollo y evaluación de propuestas de Marketing y de Marca para el Sector de las Telecomunicaciones.
- Cada participante adquiere un triple rol:
 - Ser *objeto* de investigación – objeto de consumo – : saber de sus intereses, actitudes, preferencias, opiniones..., desde objetivos detallados de la investigación. Explorar en su consumir.
 - Ser *sujeto* de investigación – sujeto persona – : compartir sus intereses, actitudes, preferencias y opiniones..., de forma libre y espontánea. Explorar en su ser.
 - Ser *sensor* de investigación – caza tendencias – : explorar en su entorno desde los objetivos de investigación de forma libre y espontánea. Potenciar y amplificar su mirada.
- Se identifican con un Nick, icono que les va a representar dentro de la Comunidad Digital, la cual es cerrada, sólo accesible para el grupo seleccionado, y anónima, cada sujeto desconoce la verdadera identidad del resto.

La interacción digital se hace a través de una plataforma con las siguientes herramientas:

- El Blog Personal, accesible solo para el equipo de investigación, donde cada participante relata experiencias, argumenta opiniones, recrea universos

imaginarios y realiza cualquier tarea que necesite ser individual, sin interaccionar con el grupo.

- El Blog Social, abierto a toda la comunidad para compartir contenidos e interactuar libre y espontáneamente. Es una herramienta abierta al rol de sensores del entorno, pueden aportar lo que quieran, experiencias, actividades que realizan, cosas que les interesan, descubrimientos, lo que les preocupa. Es un espacio sin intervención por parte de los moderadores.
- El Foro, es un Chat de debate, un espacio para compartir e intercambiar opiniones acerca de diferentes objetivos que pueda plantear la investigación. Es un espacio abierto a toda la Comunidad para interactuar. Un espacio moderado y planificado.
- La Encuesta (sin representatividad estadística), es una herramienta que aporta ritmo a la Comunidad Digital, ayuda a cerrar y complementar información que se ha abordado en fases previas a través de Diario y/o Foro.
- El Grupo Online, es un espacio para el debate semi presencial, a través de vídeo conferencia. Un encuentro de aproximadamente 45 minutos para abordar objetivos operativos, de carácter muy táctico, con un máximo de 5 participantes.

Estos espacios se aprovechan para que los miembros de fuera de Madrid mantengan contacto visual con el resto de participantes de la Comunidad Digital.

- El Grupo Offline, es un espacio de encuentro de miembros de la Comunidad Digital, de entre 6 y 10 personas, para abordar diferentes tipos de objetivos de investigación, como evaluación de propuestas que requieren una exposición

3. Metodología

amplia de materiales o talleres de co-creación. Son encuentros que se realizan en Madrid y limitan la experiencia a participantes de la Comunidad Digital de Madrid.

- Los Encuentros puntuales presenciales (entre 2 y 4 veces al año), orientados a crear y reforzar vínculos dentro de la Comunidad, o para abordar procesos de Design Thinking en talleres de cocreación.

BLOQUE II

4. HISTORIA DE UN VINCULO.
5. VIVIR EN COMUNIDAD.

4. HISTORIA DE UN VÍNCULO

4.1. Áreas motivacionales.

4.1.1. Área esencial: aportar y expresar.

4.1.2. Área puente: reflexionar.

4.1.3. Área recurrente: conocer y estimular.

4.1.4. Área epidérmica: relacional.

4.1.5. Área utilitarista: compensación y comodidad.

4.2. Perfiles.

4.2.1. Perfil cumplidor.

4.2.2. Perfil explorador.

4.2.3. Perfil transformador.

4.2.4. Perfil trascendente.

4. HISTORIA DE UN VÍNCULO

El vínculo nos revela la posición desde la que habla la persona informante dentro de la comunidad digital, una posición desde la que se articula su discurso dentro del proceso de investigación. Ahora bien, también nos habla de aquello que se activa en el participante por lo que recibe de la Comunidad.

Investigar la naturaleza del vínculo nos lleva al estudio de las motivaciones que impulsan al participante a formar parte de un proceso de investigación y cómo va madurando y desarrollándose dentro del proceso que se realiza en la Comunidad Digital a lo largo del tiempo.

El caudal de motivaciones identificadas en el discurso de los y las participantes se ha estructurado en ocho grandes categorías semánticas: aportar, expresar, reflexionar, conocer, estimular, relacional, compensación y comodidad.

Cuadro 1.: Campo semántico del vínculo: nutrientes motivacionales.



Fuente: Elaboración propia.

4.1. Áreas Motivacionales

Cinco grandes áreas motivacionales describen la naturaleza del vínculo que cada persona desarrolla con la Comunidad Digital:

- Área esencial.
- Área puente.
- Área recurrente.
- Área epidérmica.
- Área utilitarista.

4.1.1. Área esencial: aportar y expresar

De todas las áreas identificadas, dos grandes áreas son la base del substrato motivacional que determina en mayor medida la oportunidad que brinda la Comunidad Digital de conectar en profundidad con la persona: La necesidad de aportar y de expresar.

Entremos en la comprensión de estas dos grandes áreas motivacionales sobre las que la persona - entiende y justifica - su participación en una Comunidad Digital.

Aportar desarrolla la necesidad de crear, de construir algo nuevo o mejorar lo que existe. Hay un sentido profundo en la acción de aportar que tiene que ver con la idea de transformar la vida, su mundo e incluso a uno mismo.

“Aportar nuestro granito, en cierto modo influimos en que algo mejore”.

(Mujer, 54-55 años)

Desde la acción de construir y transformar detectamos un “insight” de gran valor en la persona informante – su necesidad de reconocimiento -. Un sujeto que se siente importante, especial y privilegiado por formar parte de la transformación de su mundo.

“Voy a ser el primero”.

(Hombre, 14-17 años)

Un participante que “se siente reconocido” cuando tangibiliza la utilidad real de su aportación, al sentir la transformación como propia.

“Trabajas para ti al final redunda en un beneficio tuyo porque son cosas que van dirigidas a ti”.

(Hombre, 45-55 años)

“Cuando veo un anuncio, o una oferta en la televisión le digo a mi familia, mirad de esto estuvimos hablando nosotros en la Comunidad”.

(Hombre, 45-55 años)

Entre la comunidad de jóvenes se hace especialmente notorio este sentimiento de “orgullo” por el conocimiento de la Marca para la que trabajan, aspecto que dota de mayor personalización y pertenencia al proceso de transformación.

“Me sentí como una profesional porque a lo mejor lo que hemos hablado sale a la luz”.

(Mujer, 14-17 años)

4. Historia de un vínculo

Entre participantes “adolescente” – de 13 a 17 años – se trasmite de forma muy clara el impacto que tiene la Comunidad Digital en afianzar su confianza y seguridad.

“Te sientes bien, te sientes que aportas”.

(Mujer, 14–17 años)

“Te sientes algo más importante”.

(Hombre, 14-17 años)

“Aportar mi granito de arena” desarrolla el espíritu colaborativo de red que además de inspirar al grupo, lo fortalece en su proceso de desarrollo de identidad grupal, dándole sentido como colectivo con una función clara y reconocida.

Un espíritu que se construye y alimenta con retos estimulantes, atractivos y de interés, que provoquen el interés de aportar. En este sentido, las Comunidades digitales analizadas estén dirigidas al sector de las telecomunicaciones aspecto muy inspirador para un participante que proyecta la ilusión de crear el Futuro Digital.

Además, y como veremos más adelante, la moderación es el factor clave para estimular a la persona informante, generando un espacio de interés en el que mantener encendida su necesidad de aportar.

La segunda área de motivación básica, denominada – expresar -, nace de la necesidad del participante de hablar en libertad y de abordar una variedad de temas que habitualmente no tienen espacio en su vida.

“Porque puedo dar mi opinión que en otros sitios no puedo, es una sensación libre y maravillosa”.

(Mujer, 14-17 años)

La comunidad se configura como un refugio para la expresión, un espacio propio, confiable para expresarse libremente. Una participación con fuerte connotaciones emocionales representada en un perfil femenino y joven, ávido de espacios donde se le permita ser y conectar con lo que quiere y piensa.

“Te hace sentir uno mismo”.

(Mujer, 14-17 años)

“Poder expresar libremente porque ahora con todas estas leyes que están sacando es muy difícil el poder decir lo que piensas sin que nadie te juzgue pues enriquece un montón”.

(Mujer, 26-35 años)

Esta libertad de expresión adquiere importancia en todos los targets dada la represión que sienten los participantes en otras RRSS y Foros. El conflicto y el postureo caracterizan con mucho la comunicación digital, determinando fuertemente los discursos que se articulan en estos espacios digitales con una fuerte presencia del “yo público” frente al “yo privado”.

La Comunidad Digital es un espacio donde el sujeto participante se siente protegido en su privacidad. Desde el anonimato se potencia su libertad para comunicar, compartir, expresar y conectar.

4. Historia de un vínculo

“Te ves más libre de expresar tu opinión porque al final editas, lo envías y no tienes tanta vergüenza que si tienes a la gente enfrente”.

(Mujer, 26-35 años)

“La gente respeta la opinión de los demás”.

(Hombre, 22-25 años)

La necesidad de expresar nos permite conectar con un nuevo “insight” del participante, la necesidad de - conectar con su yo interior -. Una oportunidad única en una sociedad que se mueve rápidamente, que desarrolla estereotipos limitantes y que obstaculiza el desarrollo libre de las personas.

“Me hace reflejar lo que pienso”.

(Mujer, 14-17 años)

En los targets más adultos se enfatiza el hecho de que la Comunidad sea un espacio abierto a hablar de cosas que les interesan como personas y como colectivo, dando entrada a una gran variedad de temas, más allá de los intereses de la Investigación.

“La necesidad de expresarse porque igual en otros círculos no tienes las oportunidades de hablar de estos temas”.

(Mujer, 26-35 años)

Una Comunidad que canaliza las necesidades de expresión de cada participante, tanto adulto como joven, y se convierte en un canal de comunicación, un altavoz donde poder desahogarse, donde volcar inquietudes que no encuentran espacio para su expresión. Desde aquí conectamos con otro insight muy relevante: la necesidad de encontrar espacios de desahogo.

“Es un espacio fantástico que te brinda toda la libertad para opinar de todos los temas. Nunca me he sentido coartado y esto en los tiempos que corren para mi es muy importante, en otras RRSS hay gente que salta a la crítica facilona y falaz. No se me da bien hablar midiendo, no me siento cómodo y en esta Comunidad sí lo estoy”.

(Hombre, 45-55 años)

4.1.2. Área puente: reflexión

Reflexionar aparece como una motivación que enlaza con la necesidad de expresar desde la invitación excepcional que brinda la Comunidad Digital, creando un espacio reflexivo y estructurado que pone orden al pensamiento, dotándolo de mayor profundidad.

“Te invita a la reflexión a razonar y pensar”.

(Mujer, 45-55 años)

“Aprendo muchísimo aparte de los temas, aprendo mucho sobre uno mismo, porque piensas y reflexionas sobre cosas que a lo mejor hubiera pasado si no te lo propones. Yo estoy encantada”.

(Mujer, 45-55 años)

La reflexión brinda una oportunidad al participante de contrastar sus ideas con las del grupo, amplificando así la mirada hacia sí mismo y hacia el otro. Entre los perfiles más intimistas nos hablan de un espejo donde mirarse y un oráculo donde preguntarse.

“Me hace ver que igual no tengo razón”.

(Mujer, 45-55 años)

“Contrastar mi enfoque con otros enfoques que no tenía”.

(Hombre, 17-21 años)

“La polémica te hace revolverte y pensar, por qué escribe esto”.

(Mujer, 45-55 años)

La reflexión es un estímulo para participantes que buscan en la Comunidad no sólo una mayor coherencia discursiva, sino una vía en la que se alarga y crece su mirada.

“Me hace sentir despierta”.

(Mujer, 14-17 años)

“Las Tareas proyectivas, que te permiten volar y crear, esas son mis preferidas me siento y me pongo a pensar en ese mundo ideal y me lo paso bomba”.

(Hombre, 45-55 años)

El acto de reflexionar conlleva, en ocasiones, experimentar nuevas cualidades por las que la persona participante se habilita a un pensar reflexivo, más pausado, que si bien puede perder espontaneidad, también es posible que gane el cultivo de su pensamiento a través de una reflexión que pule sus ideas, dotándolas de un significado nuevo, más revisado, completo, que otorga mayor plenitud al sujeto informante.

“Te das cuenta de cosas que estás haciendo a través de los demás, lo que no haces, lo que podrías hacer, si te gusta lo que al resto o no, si eres más diferente”.

(Mujer, 45-55 años)

La Comunidad Digital provee de material de reflexión al participante a través de todas sus actividades, el Diario facilita la introspección, mientras que el Foro y el Blog se articulan más como espacios de diálogo y de intercambio de opiniones y experiencias.

4.1.3. Área recurrente: conocer y estimular

Conocer y estimular son las motivaciones más recurrentes que aducen las personas para participar. Formar parte de un proceso de investigación, les va a aportar un importante caudal de conocimiento y les permite sentirse en conexión con un mundo que les estimula.

“Te provocan, te alimentan”.

(Hombre, 22-25 años)

“Es un tema que me gusta mucho y yo además de aportar digo voy a aprender y de he hecho he aprendido muchas cosas”.

(Hombre, 35- 45 años)

“Algo nuevo, algo que me gusta y que no sabía”,

(Mujer, 14-17 años)

“Joder, que chulo lo que nos han enseñado”.

(Hombre, 45-55 años)

La Comunidad Digital se muestra como una ventana al mundo, un canal de apertura al conocimiento, a la diversidad de puntos de vista, de vivencias, en un contexto relacional donde se comparte información al ritmo que la sociedad de la información digital permite a día de hoy. Se trata de un intercambio de conocimiento entre pares que han sido seleccionados a través de atributos o cualidades comunes.

“Compartir con personas diferentes a ti con las que en tu vida cotidiana no hablarías, y te aportan puntos de vista que pueden ser tan válidos como los tuyos y que nunca los habrías tenido en cuenta”.

(Mujer, 45-55 años)

Desde el área motivacional del conocer se desvela una mirada erótica hacia las RRSS; participantes que navegan en la Comunidad Digital con la curiosidad de encontrar algo que les sorprenda, tener experiencias diferentes, y calmar sus deseos de descubrir.

“Mirar las reacciones de las personas”.

(Mujer, 35-45 años)

La Comunidad Digital se convierte, entre targets fundamentalmente adultos, en un enlace con la vida, proveyendo a cada participante de un sentir actualizado y conectado con el acontecer de su tiempo.

“Tengo 50 años y es que cuando me descuide no se encender el móvil es estar en contacto con lo que se ve, se escucha, con lo que se siente, eso es lo que me motiva”.

(Hombre, 45-55 años)

“El tiempo va pasando y a mi me genera una sensación muy jodida... no perder el hilo de la vida”.

(Hombre, 45-55 años)

4. Historia de un vínculo

La Comunidad de jóvenes es un espacio muy estimulante para adolescentes que comparten e intercambian experiencias con participantes de hasta 25 años. La vivencia real del joven adulto sobre el que se proyecta y al que aspira.

“Trabajar con personas de 25 años es muy divertido. Tu sientes lo que ellos están sintiendo”.

(Mujer, 14-17 años)

Entre los jóvenes adultos de 21 a 25 años poder conectar con otros jóvenes, compartir experiencias e inquietudes es un importante motor para su participación. En este sentido las experiencias grupales, on y off line, son el mejor combustible para un joven que busca conectar con su grupo de pares.

“Lo que más me motivaba era la idea de estar en un grupo con personas de toda España y poder compartir con ellos y conocer a gente joven de otros sitios”.

(Hombre, 18-21 años)

“Gente de tu edad que no conoces que está allí por qué le gusta lo mismo que a ti”.

(Hombre, 18-21 años)

4.1.4. Área epidérmica: relacional

La motivación relacional conecta con una necesidad vital del sujeto social: la necesidad de intercambio. La Comunidad Digital se configura como un espacio donde establecer una dinámica social en un contexto interesante y de entretenimiento.

“Me hace sentir acompañada”.

(Mujer, 14-17 años)

“Salgo de trabajar a las 3 y también estudio inglés para tener otra cosa que hacer y socializar un poco con la gente”.

(Mujer, 25-35 años)

La Comunidad Digital conecta con un momento expansivo de la persona, de desconexión de rutinas y obligaciones. Una propuesta de ocio para recrearse en cosas nuevas, que le hagan disfrutar y pasar un tiempo agradable.

“El contacto con la gente me gusta mucho, me divierte”.

(Hombre, 45-55 años)

“El compañerismo, porque la gente con las juntas también es gente de tu edad que además no conoces y con la que te relacionas por primera vez”.

(Hombre, 14-17 años)

4. Historia de un vínculo

El colectivo joven incorpora la Comunidad Digital a su ámbito relacional digital, y le abre un hueco dentro de sus RRSS, formando parte de su ecosistema digital cotidiano, sobre el que desarrollar sus afinidades, pasiones e incluso – dependencias -.

La Comunidad Digital se integra en el ámbito relacional off line del participante, compartiendo las vivencias de la misma con su entorno cercano. La Comunidad Digital forma parte de su entorno más cotidiano, aspecto que se potencia cuando desarrollan el rol de sensores de su entorno, preguntando a familiares y personas cercanas sobre algún objetivo concreto de la investigación.

“Las anécdotas de otro se convierten en mis anécdotas”.

(Hombre, 22-25 años)

“Es un momento de conectar con ellos (hijos) y en el momento de la cena lo hablamos”.

(Mujer, 45-55 años)

“Lo comento sobre todo con mi hermana, es una manera de ponerme a hablar con ella”.

(Hombre, 17-21 años)

4.1.5. Área utilitarista: compensación y comodidad

Las motivaciones utilitaristas nos trasladan la realidad de participantes que reconocen en la compensación económica y en la amplia accesibilidad a la participación, factores que aportan mucho valor a la experiencia de participar en una Comunidad Digital.

Una compensación económica que adquiere diferentes significados en función del target y su momento vital:

- En la adolescencia la compensación es un guiño a la obtención de cierta autonomía, una gratificación que le da acceso a objetos deseables y aspiracionales, vinculados a sus aficiones (tecnología, gaming, deporte...) y a la compra de ropa y calzado. La recompensa de la emancipación, de poder decidir de manera autónoma.

“El dinero te lo puedes gastar en lo que te de la gana, no tienes que pedirselo a tus padres”.

(Hombre, 14-17 años)

“Para mis hobbies”.

(Hombre 17-21 años)

- Entre la juventud es una vía para alcanzar una ansiada independencia económica. Una persona participante joven entre 19 y 25 años, estudiante, en la búsqueda de diferentes medios para iniciar un proceso hacia el ser adulto con mayores responsabilidades. La recompensa de la independencia.

4. Historia de un vínculo

“Para mi sí fue un empleo en el sentido de yo por ejemplo doy clases particulares gano 6 o 7 euros la hora ¿Cuánto tengo que invertir para ganar 40 euros? Gano más en menos tiempo en algo que me gusta”.

(Hombre, 17-20 años)

“Yo estaba estudiando la carrera y ya me cansé de pedirle dineros a mis padres, no me cogían ni en Mc Donald’s, y le pregunte a un primo mío un poco más mayor que hizo él para empezar a ganar algo de dinero y me habló de los estudios de mercado y aquí estoy, es mi primera experiencia en este campo”.

(Hombre, 21-25 años)

- En la madurez la compensación económica se significa como capricho, un medio para permitirse pequeños o grandes antojos muy vinculado al ocio. La recompensa del disfrute.

“Para cenas, viajes y escapadas”.

(Hombre, 45-55 años)

Finalmente, de la compensación económica solo cabe decir que se minimiza desde el discurso que habla de las motivaciones de los participantes, una cantidad simbólica que habla principalmente del reconocimiento por la implicación y el compromiso. La recompensa del reconocimiento.

“Recompensa al trabajo bien hecho, dando lo mejor de ti, hay veces que me contestáis y me gratifica más que el dinero en la cuenta”.

(Hombre, 14-17 años)

“Quiero algo con lo que me sienta bien conmigo mismo”.

(Hombre, 19–21 años)

La comodidad para participar en la Comunidad Digital determina fuertemente la experiencia. Una plataforma tecnológica y un planteamiento de participación, que facilita que el proyecto se incorpore de manera orgánica a la vida de la persona, a su cotidianeidad y a sus usos habituales de RRSS.

“Tu tienes tu vida, estás haciendo tus cosas y tienes un ratito y ahora puedes meterte, colabora, hablar con los compañeros”.

(Mujer, 46 - 55 años)

“A mi me pasa que escribes un comentario mientras estás con tu música”.

(Mujer, 18- 21 años)

La Comunidad Digital conecta con momentos muy diversos de la persona, pero especialmente con dos: la pausa y los desplazamientos.

- Una pausa que permite al participante salir de su realidad, laboral, estudios, social, familiar, etc. La Comunidad se convierte en una herramienta para alcanzar la desconexión en multitud de contextos.

“Estoy todo el día en el ordenador y es muy fácil entrar cuando hago descansos”.

(Hombre, 45-55 años)

4. Historia de un vínculo

- Una Comunidad que acompaña a lo largo del día en los desplazamientos en bus, coche, tren, metro, etc. Una participación vinculada a contextos de movilidad fundamentalmente entre targets más jóvenes.

“A mi me pasa que escribes un comentario mientras estás con tu música..., ...estando de vacaciones en un tren, mis padres viendo una serie o hablando, y yo a mi rollo tranquilamente escribiendo mi opinión sobre un tema. Imagínate sabes, estando en Lyon, yo aquí no puedo irme a Lyon y estar a la misma vez hablando en una sala con vosotros... jajajaja eso es lo que más me gusta”.

(Hombre, 18-21 años)

“Me activa por la mañana cuando voy al trabajo en coche”.

(Hombre, 45-55 años)

“Tu tienes tu vida, estás haciendo tus cosas y tienes un ratito y ahora puedes meterte, colabora, hablar con los compañeros”.

(Hombre, 18-21 años)

La flexibilidad que otorga la Comunidad Digital al sujeto es una de las claves que explican mejor la vinculación con el proyecto. Un participante con libertad de acceso a lo largo del día, permitiéndose organizar su participación semanal de forma orgánica, adaptándola a su vida de forma natural. El compromiso con la participación y la realización de la tarea propuesta, se equilibra con la facilidad y flexibilidad para llevarla a cabo.

Una Comunidad estimulante, con fuerte atractivo más allá de las tareas obligatorias⁴, es clave en el proceso de vinculación. La moderación, la propuesta de las tareas y los contenidos, son la materia prima para alimentar el carácter seductor del proyecto.

⁴ Tareas obligatorias con una periodicidad de entre dos y tres semanales; dos días de media para la realización de una tarea de Diario o de Foro (residualmente encuestas y grupos on line).

4.2. Perfiles

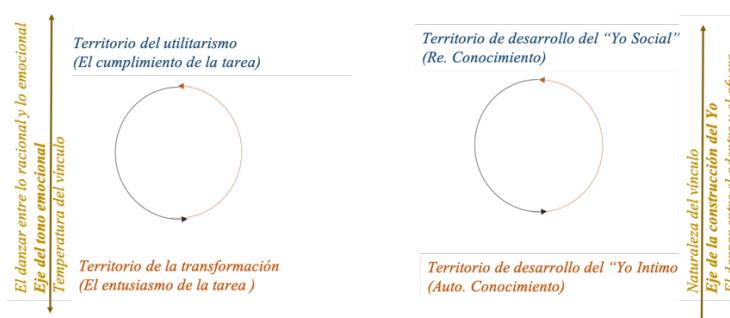
Encontrar la esencia desde la que se construye el vínculo, es la clave para el desarrollo de tipologías de informantes que nos permitan una comprensión profunda y amplia de las vivencias que se gestan dentro de la Comunidad Digital, y punto esencial para identificar las claves de su funcionamiento como metodología de investigación cualitativa.

El proceso que experimenta la persona participante a través del tiempo convierte a la Comunidad Digital en un espacio donde cultivar su identidad como informante. Una identidad que se conforma desde dos dimensiones: la motivación que mueve a la persona a participar (de lo que se nutre), y de su tono emocional (lo que se mueve en su interior). Una identidad dinámica, que muta y evoluciona por momentos, e incluso por tareas.

Ejes de desarrollo de la identidad del participante:

- Eje de la construcción del yo: muestra la naturaleza de la motivación, lo que recibe por formar parte de la Comunidad Digital.
- Eje del tono emocional: muestra la actitud racional/emocional en relación con la Comunidad Digital, lo que pone en juego de su persona.

Cuadro 2.: Construcción de la identidad del sujeto informante.



Fuente: *Elaboración propia.*

De la combinación de estos dos ejes resultan cuatro identidades digitales que se corresponden con cuatro perfiles de participantes.

Cada perfil conecta con un área motivacional, desde la cual se nutre y expande.

- Perfil cumplidor. El cumplimiento. Identidad formal.

“La Comunidad Digital es una RRSS seria”.

(Hombre, 45–55 años)

- Perfil explorador. La conexión con el mundo. Identidad exploradora.

“Tengo 50 años, cuando me descuide no sé encender el móvil, es estar en contacto con lo que se ve, se escucha, con lo que se siente”.

(Hombre, 45-55 años)

- Perfil transformador. La transformación del mundo. Identidad transformadora.

“Me motiva mucho la idea de que estamos trabajando para un mundo mejor, diseñando el futuro”.

(Hombre, 17-21 años)

- Perfil trascendental. El crecimiento personal. Identidad trascendente.

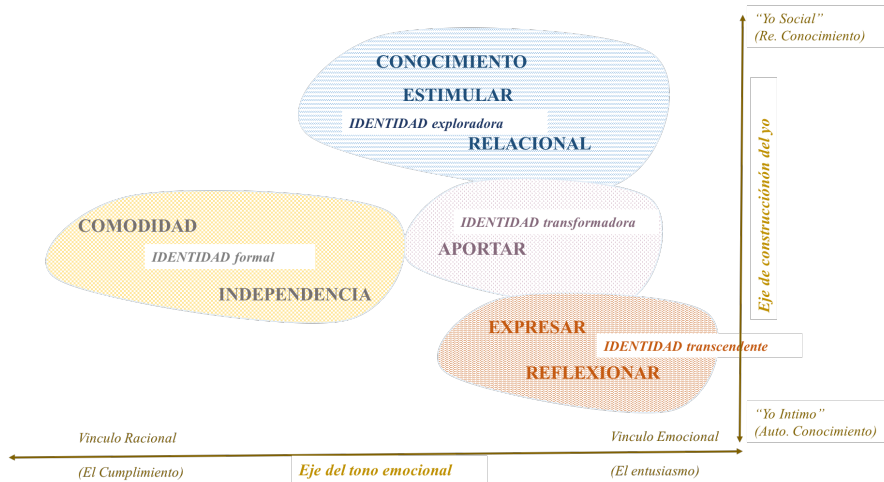
“Ser Mayor”.

(Mujer, 14-17 años)

“Una conexión especial que tienes con esta gente, algo en común que te hace activarte y pensar en cosas diferentes, si, la verdad es que me gusta”.

(Mujer, 45-55 años)

Cuadro 3.: Tipologías de participantes y desarrollo de identidades.



Elaboración propia.

4.2.1. Perfil cumplidor: la identidad formal

El perfil que nace de la motivación del cumplimiento se mueve fundamentalmente por motivaciones de carácter utilitarista. La comodidad y la accesibilidad en la participación son los puntos fuertes de una Comunidad que permite incorporarla fácilmente a su vida cotidiana.

Una persona cuya implicación está muy vinculada al compromiso del cumplimiento, la responsabilidad que adquiere como informante de investigación. Un participante con mayores experiencias en investigaciones cualitativas off line, entrenado para el cumplimiento de la tarea, que necesita en mayor medida (que el resto) tener control del proceso y el reconocimiento de la Comunidad.

“Tienes miedo a cagarla a no saber cómo desenvolverte... entro diciendo vamos a hacer las cosas bien, vamos tranquilo”.

(Joven, 21- 25 años)

Un perfil cumplidor que desarrolla una *identidad formal*, realizando las tareas de forma metódica y ordenada, con una alta participación que nace de su necesidad de *dar la talla*, desarrollando una posición en su participación de marcado carácter racional, poniendo en juego su ser más formal.

“La Comunidad Digital es una RRSS seria”.

(Hombre, 45–55 años)

La evolución de una identidad formal a otras identidades es limitada, por ser un perfil muy instaurado en la obligación y la comodidad. Ahora bien, el joven (adolescente o adulto) que se instala en el cumplimiento inicialmente, presenta un alto potencial para evolucionar hacia perfiles que hacen de la exploración y la transformación el sentido de su participación.

Un joven que encuentra en las motivaciones esenciales, recurrentes y relacionales, un camino interesante para recorrer y crecer como participante, un camino hacia el empoderamiento, pasando de productor de información desde su dimensión más formal, a posiciones que le colocan como relator y observador de la vida.

El perfil cumplidor está más presente en personas adultas y participantes expertos en procesos de investigación (offline y online). Un perfil que no establece diferencias de género.

Palabras clave: Versátil, digital, orgánico, cumplimiento, compromiso, obligación, orden, control, reconocimiento.

4.2.2. Perfil explorador: la identidad exploradora

El perfil explorador encuentra en las motivaciones de naturaleza recurrente el sentido a su participación, una persona inquieta, que busca experimentar cosas nuevas, con altas expectativas de adquirir e intercambiar conocimiento y de sentirse conectado con el mundo.

“Me mantiene en forma para leer más cosas de esto, crecer un poco en temas de tecnología”.

(Hombre, 45-55 años)

“Me gusta hacer cosas nuevas, siempre me ha gustado experimentar cosas nuevas, nunca había participado en un experimento social tan constante”.

(Hombre, 17-21 años)

Un perfil expansivo, comunicativo y abierto, que en su vertiente masculina juega muy bien el papel la seducción, le gusta seducir, pero busca en la Comunidad Digital ser seducido a través de retos estimulantes en los que divertirse y desarrollar sus inquietudes. Una participación que se moviliza desde la vivencia de una experiencia vital novedosa, que le llene y que puedan compartir.

“Esta Comunidad la vivo desde la ilusión y la libertad”.

(Hombre, 45-55 años)

“Me parece genial, yo la verdad es que el contacto con la gente me divierte, y aprendo muchísimo..., yo he venido a divertirme”.

(Hombre, 45-55 años)

“Tengo mucho tiempo y me gusta apuntarme a muchas cosas”.

(Mujer, 25-35 años)

Una participación muy vinculada a la naturaleza del reto, y, por lo tanto, muy desigual. Una combinación entre la alta implicación de una tarea atractiva y la apatía si el tema no genera interés; especialmente voluble en el caso de los hombres, mientras que las mujeres presentan un perfil más estable y equilibrado.

Palabras clave: voyeur, curiosidad, entretenimiento, crear, innovar, aprendizaje, conocimiento, dinamismo, diversión, compartir, crecer.

4.2.3. Perfil transformador: la identidad transformadora

El perfil que se ancla en la transformación se mueve en la Comunidad Digital con la motivación clara de aportar, de sentirse útil e importante, con la ambición de formar parte de un proceso de transformación del mundo del que forma *parte*.

“Yo tengo asociado la comunidad sobre todo a contribuir al proyecto de una marca, y es realmente lo que me motiva, lo que me incentiva a publicar, a comentar”.

(Hombre, 20 a 25 años)

“Jolín, algunas de nuestras ideas pueden estar ayudando a esta marca”.

(Hombre, 18-21 años)

4. Historia de un vínculo

Un participante que se moviliza en la Comunidad con responsabilidad e ilusión, que adquiere un alto compromiso, especialmente relevante entre el target joven, que encuentra en el grupo una red de apoyo y de inspiración.

“Cuando todas las personas aportan y participan, es muy constructivo”.

(Hombre, 20 a 25 años)

Una participación muy activa en la Comunidad Digital, entusiasta de retos de cocreación y encuentros on/off line, donde la creación y el trabajo en equipo hace más tangible su rol de “transformador”.

“Me encanta cuando nos juntáis a todos para trabajar sobre una nueva idea. Es muy divertido estar con tus compañeros, son muy simpáticos y me lo paso muy bien”.

(Mujer, 14 a 17 años)

Una persona informante que representa muy bien el papel de observador y relator de su entorno, asumiendo la responsabilidad que se le ha depositado, en un equilibrio entre razón y emoción.

Palabras clave: creativo, innovador, compartir, crecer.

4.2.4. Perfil trascendente: la identidad trascendente

El trascendente encuentra en la Comunidad la oportunidad de conectar con su “yo” más privado, desde la libertad de expresión y la reflexión.

“Es una sensación libre y maravillosa”.

(Mujer, 14-17 años)

“Ser mayor”.

(Mujer, 14-17 años)

Una persona que manifiesta una alta implicación y una gran satisfacción con una Comunidad que es refugio, altavoz y compañera. Un espacio que interioriza e incorpora completamente en su vida, estableciendo un vínculo muy fuerte como espacio de desahogo y desconexión.

Un perfil con una participación muy activa, dinamizadora y altamente reflexiva, con la mayor exposición emocional y muy bien caracterizado en un perfil femenino, joven o adulto, que vive la Comunidad desde la libertad y el encuentro con la verdad.

“Una conexión especial que tienes con esta gente, algo en común que te hace activarte y pensar en cosas diferentes, si la verdad es que me gusta”.

(Mujer, 45 -55 años)

Palabras clave: crecer, encontrar, sentir.

5. VIVIR EN COMUNIDAD

5.1. Conceptos clave de la metodología.

5.1.1. La privacidad: el espacio confiable.

5.1.2. El control fluido: el espacio natural.

5.1.2.1. Selección de participantes: El cuidado del proceso.

5.1.2.2. Reglas de participación: Equilibrio entre lo formal y lo informal.

5.1.3. La interacción: el espacio estimulante.

5.1.3.1. La función de la moderación.

5.1.3.2. Modalidades de interacción en la Comunidad Digital.

5.2. La vida en comunidad.

5.2.1. Deslocalización: la historia de una cotidianeidad.

5.2.1.1. Cuatro experiencias de cotidianeidad.

5.2.1.2. El desarrollo tecnológico en la experiencia de lo cotidiano.

5.2.2. El proyecto en el tiempo: la historia de un proceso.

5.2.2.1. El proceso, un juego de equilibrio y compensación.

5.2.3. Territorio de posicionamiento de la Comunidad Digital.

5. Vivir en Comunidad Digital

La Comunidad Digital como metodología de investigación social cualitativa, desarrolla un territorio propio, inspirado y fundamentado en las consolidadas técnicas de investigación cualitativa: la entrevista en profundidad, la entrevista etnográfica, mystery shopping, grupos de discusión y talleres de cocreación, por citar las más relevantes en el marco de la investigación de mercados y la investigación social.

De todas las técnicas sobre las que está fundamentada la Comunidad Digital, el grupo de discusión fue el primer referente, sobre el que inicié las primeras Comunidades Digitales hace 15 años. La simulación de una dinámica grupal en un contexto digital y, por lo tanto, la reproducción de las premisas fundamentales del grupo de discusión, en términos de moderación y de abordaje de los objetivos, han sido y siguen siendo claves de validación de la Comunidad Digital como metodología de investigación social cualitativa.

De la misma manera, entrevistas en profundidad y observaciones participantes de entrevistas etnográficas, son clave para el desarrollo metodológico de la dimensión más individualizada de la Comunidad Digital.

Vivir en Comunidad Digital relata la historia de la construcción de un entorno digital, donde los sujetos se expresan intercambiando fragmentos de su vida. Con ello, los investigadores logramos tener un corpus de estudio a partir del cual realizar un análisis que nos permite explorar en las necesidades y motivaciones de las personas, con el objetivo final de alumbrar a marcas e instituciones en el desarrollo de estrategias que les conecten con el consumidor/ciudadano.

Lo que hace a la Comunidad Digital, al igual que al grupo de discusión, un dispositivo de investigación sociológica es, en palabras de Alonso « (...) *que está*

5. Vivir en Comunidad

diseñado para dar cuenta de la manera en que los sujetos y los grupos construyen y dan sentido a los acontecimientos y circunstancias en que viven (...) haciendo aflorar las categorías e interpretaciones que se generan en los marcos intersubjetivos de la interacción social por medio de procesos comunicativos y lingüísticos». (Alonso, 1996: 10).

Vivir en Comunidad Digital es la narración de un proceso de experimentación metodológica, que coloca al sujeto informante en una posición nueva, abriéndole múltiples soluciones –virtuales y presenciales– con las que implicarse en el proceso de investigación, siempre atendiendo a su triple rol de sujeto/objeto/observador de su entorno.

Pero este capítulo, además, nos relata la historia de la Comunidad Digital como un espacio estimulante donde el sujeto evoluciona y crece desde la experiencia en el tiempo, aportando valor a su rol de participante.

5.1. Conceptos clave de la metodología de investigación

Tres grandes conceptos me permiten y me sirven para desentrañar las claves de la naturaleza de la Comunidad Digital como metodología de investigación social cualitativa: la privacidad, el control y las interacciones.

Entrar en su comprensión es identificar el valor y los límites de una metodología que necesita escribir sus propias reglas. Recogiendo el pensamiento de Jesús Ibáñez «*Todas las formulas son buenas, pero unas tienen unas consecuencias — producen unos efectos— y otras, otras; el investigador debe estar simplemente en disposición de poder calcular los efectos que produce aquella sobre la que decide*» (Ibáñez, *Más allá de la Sociología*. 1979: 262).

La definición del escenario donde se realiza el experimento social es el punto de partida de cualquier reflexión metodológica; desde la inspiración de la obra de Goffman, Ibáñez o Bordieu, iré desentrañando el funcionamiento de la Comunidad Digital, de cómo funcionan los procesos de interacción, y la producción de discursos.

La Comunidad Digital, en tanto dispositivo de investigación sociológica, genera una dinámica social productora de discursos. La manera en la que se articule la mecánica de participación va a impactar directamente en el tipo de discurso producido en la Comunidad Digital, porque lo hace dependiente de la propia experiencia que la Comunidad le permite al participante.

Entro a definir, en primer lugar, el escenario como un entorno de confiabilidad donde el sujeto participante se siente libre en la expresión de sus opiniones.

5.1.1. La privacidad: el espacio confiable que libera al sujeto

La privacidad en la Comunidad Digital, al igual que en otras técnicas de investigación, se desarrolla en primer lugar, desde el ámbito de lo formal, esto es, una privacidad que vela por la protección de la identidad del participante a través de la protección de datos.

Una privacidad que habla de confidencialidad y anonimato, y que se refiere a no desvelar la identidad de quienes participan en una investigación, y que no se pueda relacionar su identidad con la información obtenida; además de cuestiones relacionadas con el almacenamiento, la reutilización, la provisión a terceros y la exhibición de la información. La protección de datos del participante es el punto de partida de cualquier proceso de investigación para iniciar una relación de confianza entre participante e investigación.

En la Comunidad Digital, como grupo que además interacciona en un entorno online, las cuestiones de privacidad se vuelven, si cabe, más relevantes y exigentes en términos de protección. La privacidad y el anonimato en Internet se han postulado como nuevos derechos humanos de la cuarta generación, por lo tanto, la construcción de un entorno digital seguro para el participante, donde estén aseguradas la privacidad de sus contenidos digitales, es de máxima importancia.

“En los Foros de Internet tu no hablas a la gente igual que aquí en la Comunidad, así como de amigos, aquí hay un rollo como más cercano, más íntimo, en Internet los tratas en plan - modo foro -, con esa línea, barrera, para sentirse seguro, estás en Internet con gente que no conoces y en la Comunidad es todo más privado, te sientes más abierto a contar cosas porque esto no lo lee todo el mundo. Aquí necesitas una clave y una contraseña, si todo el

mundo viera lo que haces como por ejemplo en Youtube en cualquier país, ostras esto te genera un stress y unos nervios...”

(Hombre, 45-55 años)

La privacidad además nos habla de una premisa fundamental y básica para el desarrollo de dinámicas grupales, on y off, en la investigación social: los participantes no pueden conocerse entre sí.

Esta condición de anonimato es un requisito innegociable para que la experiencia de la Comunidad Digital, al igual que siempre ha sido para el grupo de discusión, tenga su verdadero sentido como dispositivo que garantiza la espontaneidad y libertad discursiva de sus participantes. La privacidad se convierte así en un elemento estructural de primer orden para asegurar que el fenómeno de lo reprimido emerja y se lleve a cabo un proceso de construcción colaborativa del relato, ambos puntos esenciales para el proceso de análisis del discurso que se genera desde esta dinámica grupal.

“La polémica te hacer revolverte y pensar y decir, ¿por qué escribe esto?, la verdad que me gustan los grupos tranquilos, pero si es verdad que las personas más polémicas avivan el debate. Tiene una parte buena y mala. No me acuerdo como se llamaba la persona que lanzaba los comentarios sin filtrar, no ofensivo, pero si un poco duro”.

(Mujer, 45- 55 años)

La privacidad es una máxima de primer nivel a partir de la cual al participante se le confiere una cualidad en su rol de informante: la libertad para expresarse. Un sujeto que se relaja y desinhibe en su participación al no sentir la presión

5. Vivir en Comunidad

del grupo de pares (presencial o digital). Este efecto se pone de manifiesto muy claramente en un joven de tipología trascendente, un joven más limitado y reprimido para la expresión de sus opiniones en entornos cotidianos, y que encuentra en el anonimato de la Comunidad Digital un receptor de confianza donde exponerse. En este sentido, para el perfil trascendente el dispositivo es tanto refugio como altavoz de sus opiniones.

“Yo no voy a opinar porque no quiero crear un conflicto entre amigos, porque eso hace que los pierdas, las opiniones hacen mucho daño a las relaciones... aquí puedo dar mi opinión que en otros sitios no puedo”.

(Mujer, 14-17 años)

“La gente respeta tu opinión, es una sensación libre y maravillosa, por ejemplo, cuando escribo en la comunidad que me gusta la tauromaquia me siento libre, si lo digo en el Insti todos van contra mí”.

(Mujer, 14-17 años)

“Te puedes abrir más en un grupo cerrado porque en Twitter siempre a alguien le sienta mal”.

(Hombre, 45-55 años)

Perfiles trascendentes y también perfiles exploradores valoran especialmente el sentimiento de liberación que se produce en la Comunidad Digital frente a la represión a la que se ven impelidos en sus comunicaciones en redes sociales, caracterizadas generalmente por una narrativa individual y superficial basada

en la imagen y la exposición social, y donde el debate se articula desde posiciones discursivas extremas.

Con frecuencia, los participantes manifiestan sobre el postureo y la agresividad como posiciones que lideran la comunicación en RRSS. Como dato referencial apuntamos el último estudio de International Advertising Bureau (IAB) sobre RRSS 2020, que señala que prácticamente la mitad de los usuarios de Redes Sociales se han planteado dejar de utilizar una Red por miedo a que se filtre información personal, y un 12% ha dejado de utilizarla finalmente.

“Internet tiene mucho peligro y conoces de todo”.

(Hombre, 45-55 años)

“En otras redes rollo Facebook cada vez entro menos, no se respira libertad, está mucha gente a la que salta para la crítica facilona y falaz, no se me da bien hablar midiendo, no me siento cómodo”.

(Hombre, 45-55 años)

Desde la custodia de la privacidad el sujeto participante otorga a la Comunidad Digital el título de espacio confiable donde sentirse seguro y protegido.

“No hay engaño, nadie va de nada, a mi esto me genera mucha libertad, poder trabajar con libertad, no tienes que demostrar nada a nadie”.

(Hombre, 45-55 años)

5.1.2. El Control fluido: el espacio natural donde crear un orden comunitario propio

Entramos en la definición del dispositivo como un lugar donde el participante se va a mover con naturalidad. Ahora bien, el dispositivo cumple con aspectos de carácter normativo y con aspectos de carácter espontáneo, y en su danzar entre el control y la espontaneidad, observamos el orden que rige la interacción.

Un orden que emana del origen y del sentido de la Comunidad Digital como proyecto de investigación, con una selección de participantes, con objetivos definidos, con unas reglas de participación y en algunos casos, con el conocimiento - e incluso la participación- de la marca promotora del estudio, como es el caso de las Comunidades de Marca.

A continuación, profundizo sobre cada uno de estos aspectos que hablan de cómo la persona fluye en la Comunidad Digital. Aportaré matices interesantes por perfiles de participantes cuando éstos añadan valor a la reflexión general.

5.1.2.1. Selección de participantes: el cuidado del proceso

La selección de participantes para una Comunidad Digital se rige por un único criterio, el minucioso cuidado del proceso. Se trata de una metodología que brinda la oportunidad de redefinir el proceso de selección, superando las deficiencias que en algunas ocasiones tiene la captación de muestras cualitativas para la investigación de mercados.

Hago mención concreta a cuando el timing y los presupuestos están ajustados y fuerzan el reclutamiento de personas expertas, es decir, ya entrenadas en la participación de dinámicas. Incluso, en algunos casos se

trata de participantes que simulan roles para ajustarse a un perfil. Ambos aspectos han de ser filtrados, ya que invalidan a la persona como participante, porque condicionan fuertemente el proceso de investigación, y finalmente incapacitan y boicotean el proceso de análisis.

El proceso de selección que propone una Comunidad Digital se sustenta sobre tres principios claros.

El primer principio, es conocer al sujeto participante desde un amplio rango de variables que nos permitan contextualizar su discurso e identificar la posición desde la que habla.

Parto del concepto habitus de Bordieu, donde la posición social de una persona, adquirida por una trayectoria social y familiar, determina sus maneras de hacer, pensar y sentir, así como su capital simbólico y lingüístico, determinando finalmente sus interacciones.

Un segundo principio es la atención a la diversidad dentro de la homogeneidad que precise el target, es decir, se trata de seleccionar al azar a una muestra que tiene que atender a variables de homogeneidad que aseguren y faciliten el fluir del relato desde una alta capacidad comunicativa, emulando al grupo de iguales; considerando igualmente conformar un grupo lo suficientemente diverso dentro de un target homogéneo que aporte riqueza, asegurando suficiente variedad de realidades entre los participantes.

Un tercer principio de la selección es evaluar al participante en sus capacidades para ser informante dentro de la Comunidad Digital, y profundizar sobre sus motivaciones a formar parte del proyecto de investigación.

5. Vivir en Comunidad

A continuación, paso a detallar el proceso de selección que se articula en tres fases que llevan implícitas los principios reseñados.

Fases de selección de participantes:

1. Esta primera fase de selección de participantes responde a una categorización “objetiva/cuantitativa” de personas que responden a través de un cuestionario de reclutamiento, en el que se contemplan múltiples variables sociodemográficas tales como: área geográfica, hábitat, tipología de hogar, número y edades de las personas con las que conviven, estudios y ocupación, así como una serie de variables de estilo de vida y actitudinales, tales como: vivienda, ocio, usos y equipamiento tecnológico. Y, finalmente, variables de consumo específicas del Sector de Consumo y de la Marca que se investiga.

Esta primera selección es llevada a cabo por un equipo entrenado en la captación de participantes para la investigación cualitativa, y se hace telefónicamente.

2. Esta fase de cualificación del perfil responde a una categorización subjetiva/cualitativa, a través de una entrevista telefónica entre el equipo técnico de la Comunidad Digital y el participante preseleccionado en la Fase primera.

En esta fase se plantea un doble objetivo. En primer lugar, validar el perfil cualitativamente, para lo cual se requiere profundizar en el cuestionario de reclutamiento, añadiendo variables que son determinantes para el proyecto, tales como: la experiencia previa en grupos de discusión, determinados usos y actitudes en RRSS, motivaciones hacia la participación, hábitos y

actitudes hacia la tecnología, así como la importancia de la marca en la compra de productos.

El segundo objetivo que persigue esta fase es dar a conocer el proyecto y sus normas básicas de funcionamiento; un primer contacto que debe estar impregnado de la doble naturaleza formal e informal de la metodología, hablar de obligaciones y compromisos, e ilusionar con el proyecto desde una propuesta amable, dinámica y muy atractiva.

3. La selección final del participante es la validación del candidato por sus habilidades para poder interactuar dentro de la Comunidad Digital, fundamentalmente en lo que se refiere a sus habilidades tecnológicas, a su capacidad de expresión escrita, a su facilidad para permitirse un pensamiento proyectivo, su habilidad para trabajar con materiales gráficos y audiovisuales, y su potencial para ser observador de su entorno.

Esta fase adquirió mayor importancia en etapas tempranas del desarrollo de la Comunidad Digital (versiones anteriores a la Web 2.0), donde el nivel de desarrollo de las habilidades tecnológicas y el tipo de dispositivos era menos avanzado, y tenían que ser controladas para asegurar el cumplimiento de la tarea.

Actualmente, este requisito se hace especialmente relevante para targets específicos que requieran habilidades especiales y/o también dentro de perfiles más básicos, donde se precisa validar un mínimo de habilidades tecnológicas que son necesarias para el uso de la plataforma digital.

La validación de habilidades se hace a través de diferentes vías: la realización de entrevistas presenciales, ejercicios proyectivos, *storytelling*, *collage*...

El equipo de Marketing, junto con el equipo técnico del proyecto, hacen una valoración conjunta de la persona finalmente seleccionada, de esta forma se implica desde el inicio, adoptando un papel activo y de alto compromiso con el proyecto y, lo que es más importante, haciendo suya la Comunidad Digital, generando valor añadido a esta metodología de investigación.

Estas capacidades al igual que otras variables de mercado van a depender de las especificidades de cada proyecto. En el caso de las Comunidad de jóvenes, objeto de esta tesis, se introdujo como variable de selección que estuvieran especialmente conectados con su entorno, una especie de *influencers* locales que tuvieran una alta actividad en RRSS y que además tuvieran una afición muy desarrollada en una de estas áreas: *gaming*, deporte/nutrición, música, cine/teatro.

La validación final de participantes se realiza con entrevistas on line entre los responsables del equipo de marketing y de la Comunidad Digital y los candidatos seleccionados. En el caso de la Comunidad de hogares no hubo especificidades adicionales ya que el target se enfocaba en un ciudadano de status medio/medio amplio.

Atendiendo a todo lo descrito, el impacto de la selección del participante tiene un efecto inmediato en él, dado que se siente reconocido al ser elegido. Este es el primer paso para el desarrollo de la identidad de grupo, formar parte de un grupo de personas seleccionadas con un objetivo común, que se reconocen en afinidades, y que comparten el interés y la ilusión por formar parte del proyecto.

“Gente que no conoces, que la han llamado porque también dan el perfil y empiezas a descubrir lo que ellos piensan y dices joder

que interesante y aprender con ellos y relacionarte con gente que es de tu mismo diríamos ámbito”.

(Hombre, 45-55 años)

La selección tiene otro impacto en la persona, y es la validación del resto de participantes, una selección que garantiza la calidad y el nivel del grupo.

“Es gente que al igual que tu tiene una criba previa, ha pasado por los mismos procesos que tu”.

(Hombre, 19- 21 años)

“No les conoces, pero están ahí por algo”

(Hombre, 13- 17 años)

“Tu sabes quien soy, como me muevo y quieres que participe, no hay engaño posible”.

(Hombre, 35-45 años)

Uno de los hallazgos de esta tesis es la identificación de la variable motivacional como variable de selección. La identificación del vinculo que se establece con el proyecto se convierte en imprescindible para el desarrollo de la Comunidad Digital. Una variable de naturaleza líquida, que hay que ir observando a lo largo de todo el proceso por su alta capacidad de mutación, como iremos observando a lo largo de toda esta investigación de Tesis.

5.1.2.2. Reglas de participación: equilibrio entre lo formal y lo informal

Los términos, así como las normas y las reglas sobre las que se plantea la metodología que propone la Comunidad Digital, colocan a la persona en una posición a mitad de camino entre lo obligado y lo libre; entre la exigencia y lo espontáneo. En definitiva, entre lo formal y lo informal. Se trata de habitar una posición de equilibrio que se va moviendo por perfiles, y que fluctúa a lo largo del proceso en función de la interacción que se genera en la Comunidad Digital.

El grado de formalidad, de obligación, de exigencia, establece el grado de control sobre uno mismo y las propias prácticas, cuanto más formal sea la situación, mayor será la censura estructural que el participante aplica sobre el discurso. Un discurso que intentará acomodarse lo máximo posible a lo que se considera políticamente correcto, a lo que se puede y se debe decir, que habla de dar la talla, que refuerza al participante cumplidor y mueve al resto de perfiles hacia posiciones cumplidoras.

“He de reconocer que pase un tiempo flojo a nivel de compromiso con vosotros, estaba realmente desolado y me decía que cojones hago yo aquí el mínimo común múltiplo que abundaba en la mayoría era que me den lo más barato y yo decía, pero eso es insostenible, no creo que nos llamen para esto, vamos centrémonos en lo que estamos, que esto es guay”.

(Hombre, 45- 55)

Lo informal se rige por la menor censura estructural, generando un espacio para la espontaneidad, la divergencia y el disenso. La interacción se hace

más fluida, las reglas de cohesión y coherencia se relajan. Una dinámica informal que requiere también de control para no generar la producción de material discursivo de poco valor para el análisis.

La Comunidad Digital, al igual que cualquier técnica de investigación cualitativa, debe moverse entre ambos polos, velar por la libertad de expresión, y también por el control de dirigir el discurso hacia los objetivos de la investigación, un control fluido que se alimenta de elementos tangibles e intangibles que a continuación paso a detallar.

Los elementos que la definen y la ubican dentro de lo formal, son el conocimiento de los objetivos de la investigación y los compromisos adquiridos. La Comunidad Digital se enmarca en un proyecto de investigación avalado por una empresa o marca bajo la dirección y el desarrollo de un Instituto de Investigación que garantiza y da formalidad al proyecto.

Una vez seleccionado el participante y firmado el documento de protección de datos, la persona recibe un usuario y contraseña que le habilita para entrar en la Comunidad Digital.

El participante asume un doble compromiso: el cumplimiento de las tareas que se le proponen en la plataforma digital, y su disponibilidad para encuentros on y off line para el desarrollo de objetivos ad hoc. Por parte del Instituto de Investigación se asume el pago mensual de una compensación económica por la colaboración en el proyecto.

El compromiso de participación es de al menos dos veces a la semana, en función de unas tareas que se publican igualmente dos veces por semana, entre lunes y jueves, o martes y viernes. Son tareas de naturaleza muy

variada que se alternan con participaciones en las diferentes herramientas de la Comunidad Digital: Blog Personal, Foro, Blog Social y Encuesta.

Los elementos que permiten al participante una actuación de carácter más informal son aquellos generados como espacios propios, donde la persona desarrolla sus contenidos, habla de sus intereses y donde conecta y comparte con personas afines a ellos.

Un equilibrio entre lo formal y lo informal es clave para que la persona se sienta implicada con el proyecto. La Comunidad Digital propone un control fluido, un planteamiento normativo liberador, imprescindible para dotar de normalidad y naturalidad a la participación.

“Cuando la situación es forzada ya no es igual, hay gente que cuando escribe, escribe como “a ver que tengo que decir que te mole”.

(Hombre, 18-22 años)

5.1.3. La interacción: el espacio estimulante

La moderación es el motor de la Comunidad Digital, la batuta que pone en marcha la actuación de los elementos que conforman el escenario: participantes, moderación, y cliente.

La moderación es la máxima responsable del funcionamiento de la Comunidad Digital, y sobre ella hay que poner máxima atención. Una moderación que tiene que ser facilitadora del fluir discursivo de la Comunidad en dos direcciones: el fluir de los objetivos de la investigación demandados directamente por el cliente y a los que hay que dar respuesta, y a su vez, el fluir

del orden discursivo comunitario que garantiza que aflore la motivación, el interés de los participantes en lo que respecta al objeto de estudio.

Entrar en las claves de la moderación es entrar en la figura de quien modera. Sus habilidades y sus funciones son una pieza angular para el desarrollo de los objetivos del cliente y el desarrollo de los participantes dentro de la Comunidad Digital.

En cada interacción, el sujeto participante pone en juego su posición en el grupo, una posición que está marcada por las condiciones que en gran medida impone la moderación. El participante danza según el ritmo marcado por la moderación, y devuelve en función del valor que él le da a su posición dentro de la Comunidad Digital. La moderación tiene el deber de anticipar y diseñar una buena estrategia que mantenga el pulso a lo largo del proceso, que puede extenderse entre uno y dos años, para movilizar al sujeto hacia posiciones que le enriquezcan. *“Estamos más solos, pero nos sentimos menos solos”*.

El poder de la moderación es elevado porque es el responsable de crear las condiciones óptimas para entrar en un terreno que trasciende a la propia herramienta, permitiendo generar y sostener el vínculo entre participantes e investigadores.

Cuanto más se enamora del proceso la dirección del proyecto, más facilitará la trascendencia de la metodología. El investigador proyecta su mirada hacia el escenario que ha creado, tiene su secreto culinario, que tiene que ver con lo que el investigador aporta de sí mismo.

5.1.3.1. La función de la moderación

En la Comunidad Digital la moderación desarrolla tres grandes funciones: planificación de las tareas, creación de clima y, seguimiento de los objetivos de la investigación.

1. Planificar las tareas de la Comunidad Digital es traducir los objetivos del cliente en objetivos de investigación. La planificación es a la Comunidad Digital como la guía de discusión al Grupo de Discusión, la herramienta que articula la manera de abordar los objetivos del cliente desde una perspectiva cualitativa, y que se materializa en una consecución de tareas y órdenes en las diferentes herramientas de la Comunidad Digital.

La planificación marca el ritmo de las interacciones de la Comunidad, es una guía que define el orden de las participaciones, tanto en los contenidos como en la manera de abordar el proceso de realización de las tareas: el qué y el cómo. De la habilidad de la moderación en plantear las tareas depende directamente el material discursivo que se vuelque en la Comunidad Digital.

Dos principios fundamentales hay que tener en cuenta para el desarrollo de esta tarea de planificación. El primero contextualizar la tarea desde el discurso libre permitiendo al participante expresar lo que quiere respecto al tema que se quiere abordar. Y segundo, dirigir los objetivos huyendo de la construcción de preguntas – respuestas pautadas, considerando así orientar al participante a que genere su propio discurso a través de la claridad en la tarea propuesta para que se sienta seguro en el desarrollo de la misma.

2. La función de crear clima en la comunidad está directamente vinculada al tono y al ambiente que la moderación debe impregnar en la Comunidad, un tono donde la amabilidad y la complicidad son sus máximos aliados. Una

moderación que se dirige en un tono de máxima cordialidad y que se apoya en una estética atractiva para crear un ambiente sugerente.

“Está chulo, hay buen rollo”

(Hombre, 14-17 años)

La moderación marca la estructura de lo decible, del tipo de estructura comunicativa, escrita, gráfica, visual, tono, etc... que está permitida. Establece el espacio y el margen para la divergencia y para la convergencia, para el intimismo y la sociabilidad, para debatir y compartir, o simplemente comunicarse y entretenerse.

3. La función del seguimiento de las tareas nos habla de la interacción que se establece en dos niveles: La interacción individual y la interacción grupal.

La naturaleza normativa de la Comunidad Digital unida al compromiso de realizar la tarea, otorga a la persona un alto sentido del deber, de querer hacer las cosas bien y sentir que controla el proceso. Desde esta necesidad presente en el participante, la interacción entre moderador/a y participante, debe ser una guía para orientarle ante cualquier duda que le surja en el desarrollo de la tarea, y una vía también para la moderación con la que profundizar o aclarar aspectos del discurso escrito, gráfico o audiovisual, para así para reforzar y gratificar la participación.

“... quieres hacer las cosas bien ¿no? Y dices joder igual lo he entendido mal o lo he entendido por otro sentido, esta necesidad de saber el suelo por donde piso y por donde vamos”.

(Hombre, 45-55 años)

“Hace poco me contestasteis y fue como, ¡que bien! Porque no tenía muy claro si queríais que fuese por esa dirección”.

(Mujer 35–45 años)

“Luego, otras veces que me ha pasado, pocas la verdad, de cómo que no tengo claro que me estás preguntando y no te tengo delante para preguntarte”.

(Mujer, 25-35 años)

“Muchas veces os podríamos poner un email, oye es que esto no lo estoy entendiendo, pero da un poco de apuro”.

(Hombre, 35-45 años)

La moderación tiene la labor importante de minimizar el impacto de la soledad de la pantalla, una moderación que se tiene que esforzar en atender la necesidad de la persona participante de saber que es leída. Mensajes de gratificación de la intervención o de devolución de información analizada, son recursos que deben estar en el maletín de la moderación.

“Te voy a decir algo sin animo de molestar, ¿esto lo lee alguien?”.

(Hombre, 45-55 años)

“Me ayuda porque se que alguien me lee y me gusta cuando me decís, aquí podrías hacer un poco más”.

(Hombre, 13-17 años)

Las interacciones grupales libres nacen de la capacidad de la Comunidad Digital de hacer grupo y potenciar el compartir conocimiento entre sus miembros, más allá de los objetivos obligados del proyecto. Las interacciones libres abren a la Comunidad Digital al espacio del encuentro con el otro para compartir afinidades e inquietudes. La comunicación a través de mensajes que refuerzan un objetivo compartido y creado por ellos se hacen imprescindibles para reforzar el interés entre ellos por compartir.

En las interacciones grupales de debate, la moderación debe estar atenta a crear interés, reconducir e invitar a leer al resto de participantes. Es fundamental que los/as participantes manifiesten la necesidad de interactuar con el otro, porque es desde el intercambio como se da sentido al grupo; el otro se convierte en un compañero presente con quien contar.

“Como a mi me comentan yo no me siento sola”.

(Mujer, 13-17 años)

Facilitar la interacción grupal es un aspecto muy importante al que atender, creando marcos apropiados que provoquen el intercambio entre ellos. La moderación mantiene una postura equidistante en su relación con la comunidad, con una intervención poco intrusiva, se le otorga la cualidad de guía dinamizadora y supervisora de las tareas que los/as participantes realizan en el proceso.

La moderación, por todo lo expresado, es una coordinación y dirección de la Comunidad sobre la que cada participante deposita su total confianza.

“Siento confianza detrás del grupo, hay una supervisión y eso me hace confiar, hay libertad, pero al mismo tiempo hay una

supervisión y si alguien se sale de tono, o algún comentario, o fotografía se invalidarán”.

(Mujer, 45-55 años)

Hay una labor de seguimiento que conlleva una lectura diaria de la Comunidad Digital, por parte un investigador/a que conoce en profundidad tanto a los participantes como la dinámica establecida en la Comunidad. Es una labor técnica de alta especialización en el manejo de Comunidades Digitales, que precisa de habilidades analíticas, de moderación y gestión del grupo.

5.1.3.2. Modalidades de interacción en la Comunidad Digital

Existen tres modalidades de interacción en la Comunidad Digital: plataforma, mail y teléfono.

- En la plataforma digital se realiza la interacción más intensa y conlleva el anuncio de tareas en cada una de las herramientas donde se van a llevar a cabo. La plataforma digital es un canal de interlocución a través del cual la moderación se comunica con los participantes, y los participantes entre sí.
- La interacción por mail se vincula fundamentalmente a una Comunicación Formal: el envío de notificaciones para el cumplimiento de tarea, cada dos días habitualmente y el aviso de recuerdos de participación cuando se hace necesario.

También el mail puntualmente se usa para actualizar los datos del perfil sociodemográfico y registrar cambios que se produzcan a lo largo del tiempo, como por ejemplo tipología del hogar, ocupación, variables de

estilo de vida y de ocio. Esta actualización se hace dos veces al año o en ocasiones puntuales motivadas por objetivos concretos de la investigación. Otro aspecto relevante en el uso del mail es que cumple la función de invitar a encuentros presenciales, on y off, encuentros que precisan de una sincronización en el tiempo.

El mail adquiere el posicionamiento de canal de ayuda para el participante. Un canal que da apoyo técnico a los problemas que se originan en la participación y que se activa fundamentalmente en los inicios del proyecto.

- La interacción telefónica establece una interacción con el participante directa y cálida, es un canal a medio camino entre la comunicación formal e informal, que permite profundizar en los momentos valle de la participación, reforzando y agradeciendo su colaboración con la Comunidad Digital. Una interacción que se hace necesaria cuando el proceso está activo por un periodo largo donde se reduce la motivación.

La interacción telefónica también adquiere el rol de canal de soporte y ayuda al participante ante problemas de usabilidad de la plataforma digital. Resuelve las dudas de carácter urgente, como por ejemplo problemas en el acceso a la tarea, siendo muy útil para la búsqueda de soluciones rápidas ante las incidencias.

5.2. La vida en comunidad

La vida en comunidad narra la historia de cómo la Comunidad Digital acompaña a la persona en su cotidianidad y cómo se adapta al fluir de la persona, de su vida y de su tiempo.

La Comunidad Digital plantea un nuevo campo de significado para las variables espacio/tiempo. Una metodología cualitativa que plantea un salto desde el espacio donde se realiza, el escenario, y el momento donde se realiza la interacción. Entramos en un concepto propio de la era digital: la deslocalización.

Además, es una metodología cualitativa que propone un acompañamiento en el tiempo, una escucha cualitativa que se prolonga y está con la persona durante un largo periodo, que puede ser de meses e incluso años.

A continuación, abordo el análisis de la variable espacio de la Comunidad Digital desde el concepto de deslocalización y la variable tiempo desde el concepto del proceso.

5.2.1. Deslocalización: la historia de una cotidianidad

La Comunidad Digital es de naturaleza móvil y versátil, se cuela en la vida del participante y se instala en su cotidianidad. Una metodología de investigación que aporta dinamismo y flexibilidad al proceso de investigación, que se llena de energía vital desde la potenciación y el desarrollo de dos grandes dimensiones: la libertad de acceso, cuando quiera y donde quiera, y la facilidad de acceso y de uso.

“Tener la libertad de poder hacerlo de una manera u otra estando en un sitio u otro y no tener que estar aquí a una hora concreta, a

mi me pasa que vas escribiendo un comentario mientras escuchas música”.

(Mujer, 22-25 años)

“No tienes que estar sujeto a una hora y a un día concreto”.

(Hombre, 17-19)

“Tu estás haciendo tus cosas y tienes tu vida, tu tienes un ratito y dices ahora puedo meterme a colaborar, hablar con los compañeros”.

(Hombre, 17-19 años)

La libertad y facilidad de acceso nos habla de un proceso de deslocalización, que el sujeto digital ha emprendido en la sociedad digital en la que está inmerso y que incorpora cada día con mayor facilidad a su cotidianeidad para el acceso a múltiples servicios. En este contexto, la Comunidad Digital se integra como un servicio más al que acceder a través de una App o de un entorno web.

Entrar en un contexto de accesibilidad digital, fundamentalmente móvil, es incorporar a la experiencia de participación conceptos como comodidad, rapidez e inmediatez, una experiencia que satisface por su alta usabilidad.

La libertad y facilidad de acceso a la Comunidad Digital traslada diferentes experiencias de participación vinculadas al día a día de la persona.

5.2.1.1. Cuatro experiencias de cotidianeidad

Identificamos cuatro grandes experiencias de acceso, dos de ellas vinculadas al entretenimiento, y otras dos vinculadas al cumplimiento de una tarea.

Las dos experiencias de acceso a la Comunidad Digital como canal de entretenimiento son la experiencia de la pausa y la experiencia del desplazamiento.

1. La experiencia de la pausa nos habla de un momento de desconexión y entretenimiento a través de la lectura y/o escritura en la Comunidad Digital, vinculado a una pausa en el trabajo, la Universidad o el Instituto.

Una participación que se caracteriza por ser rápida e inmediata, de poca duración, muy vinculada al soporte móvil, ojear, echar un vistazo, rastrear, lecturas superficiales y post cortos para comentar alguna entrada. Un acceso cómodo que facilita la conexión y te invita a entrar.

“En ratos muertos que yo tengo, o voy en el metro, o estoy en casa digo voy a entrar a ver qué hay nuevo... normalmente suelo entrar con el móvil o con el ordenador, incluso más con el móvil que con el ordenador. Y ya te digo, no es una cosa a diario, a lo mejor cada 2 días entro para ver qué hay nuevo, pero no constantemente, tampoco es una obsesión, es algo más bien de entretenimiento, curiosidad.”

(Hombre, 14-17 años)

“Yo estoy prácticamente todo el día enganchado al ordenador y buscar un momento es fácil, es una forma de estar al día de todas las cosas y participar un poco”.

(Hombre, 45-55 años)

2. La experiencia del desplazamiento está vinculada a la necesidad de llenar momentos, cubrir ratos muertos donde la Comunidad Digital acompaña al participante en sus viajes en tren, trabajo o coche. Un acceso que busca la actualización de la información de la Comunidad y la búsqueda de contenidos interesantes, un acceso caracterizado por la lectura o post cortos para comentar alguna entrada.

“Entro para ver que hay, voy en tren miro, no hay tarea de momento, a seguir comentando nuestra vida”

(Hombre, 45-55 años)

“Hay ratos muertos que me meto y echo un vistazo por Facebook, Comunidad, hago un barrido”.

(Hombre, 45-55 años)

Las experiencias vinculadas a la pausa y al desplazamiento, se articulan desde una posición del sujeto cerca del perfil explorador, inquieto en su necesidad relacional y de encontrar contenidos de interés, un momento muy vinculado a la lectura o a los comentarios a entradas de otros.

“Unas veces leo, otras escribo, yo me meto con mucha frecuencia, unas compartes, otras comentas y otras lees”.

(Mujer, 25-35 años)

“Una vez escribo y otras leo, como en Facebook a veces compartes, otras simplemente estás”.

(Hombre 45-55 años)

Las dos experiencias para la entrada de un post vinculado al cumplimiento de una tarea son: la experiencia de la tarea formal y la experiencia de la tarea informal.

La Comunidad Digital en estas experiencias se configura como un canal de expresión que atiende a un objetivo planificado de investigación en la tarea formal; y a la necesidad de expresarse en la tarea informal.

3. La experiencia del acceso para el cumplimiento de la tarea formal nos muestra diferentes comportamientos vinculados a los perfiles y por lo tanto a la naturaleza de la tarea.

El perfil cumplidor, tiene dos vertientes, la del cumplimiento de la tarea con orden y estructura, donde el sujeto participante se activa rápidamente en la participación suele contestar el mismo día de la notificación. Un perfil cumplidor que busca un momento de tranquilidad en casa para el desarrollo de la tarea de forma ordenada, así como para la lectura de los comentarios del resto de participantes.

“Entro de vez en cuando porque del Blog me interesan los temas de tecnología como el 5G, además cuando hay una notificación. Me llega cuando estoy trabajando, y luego ya cuando llego a casa la estructuro, prefiero hacerlo cuando tengo un momento de tranquilidad, me gusta estructurarlo y que quede sin faltas de

ortografía, la hago en el móvil, en el Word, luego la edito y ahora con la actualización la hago en el móvil porque va muy rápido”.

(Mujer, 35-45 años)

“Dependiendo de la tarea, leo la actividad, dependiendo del tiempo evalúo si me voy a quedar a medias”.

(Hombre, 45-55 años)

“Suelo tardar un par de horitas en meterme”.

(Hombre, 19-21 años)

“Me gusta leerme las cosas de los demás, tener otro punto de vista, ver como lo hacen los compañeros”.

(hombre, 45-55 años)

Una segunda vertiente es el perfil cumplidor más joven, que suele realizar la tarea de forma casi inmediata, se activa con la notificación y busca el cumplimiento rápido independientemente del momento en el que le llega la notificación. Un acceso donde el móvil es el protagonista.

“La tarea siempre desde el móvil, es más rápido y normalmente estoy fuera de casa, en el coche o en el bus, le dedico entre 5 y 20 minutos”.

(Hombre, 14-17 años)

El perfil explorador y el transformador muestran un comportamiento más pausado y relajado ante la notificación de una tarea formal, se dan un tiempo para la reflexión, entre uno y dos días, y buscan el momento más adecuado para hacer la tarea, puede ser en el trabajo, el instituto, en un café o en su casa.

La naturaleza de la tarea como ya hemos manifestado reiteradamente va a condicionar la predisposición del participante a la tarea y por lo tanto su dedicación.

“No soy de los que contestan inmediatamente a veces me concedo un par de días donde las ideas van fluyendo y otras de un tirón”.

(Hombre, 45-55 años)

El perfil trascendente está pendiente de la tarea formal, una notificación que espera con expectación. Un perfil trascendente busca el momento de reflexión para poder abordarla plenamente, dando lo mejor de sí mismo independientemente de la naturaleza de la tarea. Cualquier actividad es una gran oportunidad para expresarse y conocer al otro. Un acceso donde el ordenador es el protagonista.

“Yo siempre llego a casa y digo ¡mamaaa!; es que yo voy al conservatorio y no puedo mirar el móvil, cuando tengo un descanso o llego a casa siempre miro el móvil a ver si tengo algo de la Comunidad Digital para explayarme un poco y descansar un rato ahí escribiendo lo que me gusta y lo que opino claro”.

(Mujer, 14-17 años)

En general hay una rutina incorporada a cada una de las experiencias, se trata de momentos cotidianos para ojear y rastrear en la Comunidad Digital tales como el metro, el autobús, la pausa de la mañana, y momentos vinculados a la reflexión tales como: al acostarse los niños, al conducir por la mañana temprano camino del trabajo o al llegar a casa después de una jornada de Instituto.

“(...) la comunidad se ha convertido en una parte más de mis quehaceres y mis pensamientos, suele estar muy presente en mi día a día, tanto por los proyectos que se nos proponen como por las cosas que veo y me apetece compartir con el grupo, muchas veces hago una foto de algo que me gusta y digo “esto para el Comunidad”. También se ha convertido en habitual en las conversaciones con mi familia el hablar de los temas que estamos tratando en la comunidad, así que este grupo ya no solo es mío, es también un poquito de quienes comparten mi cotidianidad”.

(Mujer, 45-55 años)

4. La participación en tareas informales, es decir, aquellas que gestionan los participantes libremente en el espacio del Blog, es la más irregular de todas las experiencias. Está muy vinculada al fin de semana y a momentos de espera entre una tarea formal y otra, es una participación que tiene que nacer de la persona y de su necesidad de compartir y expresar en la Comunidad aspectos relacionados con las tendencias, experiencias y vivencias personales, o cualquier tipo de contenido que considere, no hay censura.

La experiencia de la tarea informal nace de un participante que interioriza el rol de observador de su entorno social y que para él es importante compartir con el resto de participantes, contribuyendo a una identidad de grupo donde

hay un código de comunicación grupal, una interacción que se activa y se busca porque es atractiva e interesante.

5.2.1.2. El desarrollo tecnológico en la experiencia de lo cotidiano

La Comunidad Digital y su capacidad para colocarse en lo cotidiano de la persona está íntimamente relacionada con el desarrollo tecnológico. La tecnología adquiere un papel protagonista en el crecimiento de la versatilidad metodológica de la Comunidad Digital y por lo tanto de la experiencia del usuario.

Durante años, la participación en una Comunidad Digital se forja desde el acceso web, donde el ordenador adquiere fuerte protagonismo frente al móvil, por su mayor usabilidad, *look and feel* de la plataforma y su mejor conectividad fija o wifi en el hogar, trabajo o espacio público que garantizan en mayor medida una conectividad estable y sin cortes, con una velocidad adecuada para la subida y bajada de información.

“Me suelo esperar a hacerlo en casa en el Ordenador, y dejarme de tanto móvil”.

(Hombre, 14-17 años)

“Siempre que entro en la plataforma de la Comunidad lo hago a través de ordenador (pc o portátil indistintamente), para mí es mucho más cómodo, por el teclado a la hora de escribir y por las propias dimensiones de las pantallas a la hora de leer o buscar algún tipo de información. La mayoría de las veces entro desde casa, y en algunas ocasiones en horas libres de descanso desde mi lugar de trabajo”.

(Mujer, 45-55 años)

El entorno tecnológico donde se desarrolla la Comunidad Digital (dispositivo de acceso, conexión a Internet y plataforma digital) configura la experiencia del usuario con altas capacidades tecnológicas, dispositivos avanzados, y conexiones a Internet de alta velocidad. Un perfil que demanda una alta exigencia a la plataforma de acceso en términos de *look and feel* y de conectividad móvil. Una plataforma que, además de estar a la altura de las capacidades del participante, debe potenciarlo y estimularlo.

La metodología de Comunidad Digital que estamos analizando en esta investigación se desarrolla fundamentalmente a través de un acceso Web. En la actualidad ya hay desarrollos nuevos en Apps que van dando importantes matices a la experiencia del participante en movilidad y que son recogidos a lo largo del análisis.

El desarrollo de Apps refuerza en primer lugar la seguridad en la conectividad del usuario en movilidad, garantizando el almacenaje de la información ante caídas de la conectividad y ha logrado mejorar el *look and feel*, adaptándolo a un soporte móvil.

Este desarrollo tecnológico de última generación ha potenciado la naturaleza experimental y versátil de la metodología. El acceso a través de App genera una dinámica de interacción con nuevos matices, una conexión más directa y presente en su vida.

“Con la nueva App el manejo es más fácil y te da más libertad de exponer y escribir en el Blog”.

(Hombre, 14-17 años)

“Todo muy ordenado, Foros con imágenes, resumen de las actividades, Inicio, Foro, diario y Blogosfera”.

(Hombre, 14-17 años)

“Calidez y personalización definirían la Comunidad Digital”

(Mujer, 45-55 años)

Una accesibilidad y usabilidad de última generación que convierte a la plataforma digital en un espacio de rápida interacción para la investigación de objetivos exprés, aquellos que requieren de respuestas inmediatas, entre 24 y 48 horas, y aprovechan al máximo la conectividad permanente de la persona y la posibilidad de poder interactuar con él en cualquier momento.

“Cuando es una tarea exprés, sé que tengo que meter cuanto antes, solo una vez me mandasteis el mensaje porque se me había olvidado totalmente”.

(Hombre, 45-55 años)

Una accesibilidad y usabilidad de última generación que posibilita que el participante crezca con nuevas propuestas como el desarrollo de etnografía móvil: el estudio de hábitos y comportamientos desde el registro en movilidad y en tiempo real.

Para finalizar este apartado de historia de una cotidianeidad, mencionar una característica que a día de hoy no tiene la Comunidad Digital que es la sincronización automática, un desarrollo técnico que trabaja sobre la percepción de instantaneidad y de conectividad en tiempo real con la vida de la Comunidad Digital. La sincronización automática permitiría a la

Comunidad Digital cosechar nuevos territorios y colarse quizás en mayor medida en la cotidianidad, sobre todo en un participante milenial o adultos muy avanzados en sus usos digitales donde la instantaneidad potencia enormemente sus interacciones on line.

En definitiva, cualquier innovación tecnológica abrirá nuevas ventanas a la experiencia del participante, y dotará de material de análisis para seguir avanzado en la construcción de las Comunidades Digitales, como una metodología viva y abierta a la experimentación.

5.2.2. El proyecto en el tiempo: la historia de un proceso

La Comunidad Digital es una metodología cualitativa que se abre a la experiencia continuada en el tiempo. Una experiencia concentrada en pocos meses o dilatada en años según los objetivos del proyecto.

El tiempo en la Comunidad Digital nos habla de un proceso donde la persona cualifica su mirada como participante de una investigación social, un proceso para interiorizar roles y crear identidad de grupo. El proceso en el tiempo es una pieza clave para el desarrollo de las Comunidades Digitales.

“... en una Comunidad de larga duración, todo se va desarrollando a partir de un tema y ya luego viene otro tema va evolucionando, y tiene esa continuidad. Esto simplemente lo que hace es que no desconectes nunca, hace que estés pendiente de qué hay nuevo, claro tú cuando ya has terminado de hablar de un tema en una reunión, por así decirlo, te ha resultado interesante, pero días después ya lo olvidas, como que lo has dejado aparcado porque ha terminado. En una Comunidad Online esto no pasa, tú vas constantemente pensando cosas nuevas, preparándote para lo

que está por venir, siempre estás dándole vueltas a la cabeza, no solamente para escribir sobre un tema en concreto sino para ver qué es lo que viene, qué saldrá ahora, qué es lo que pasa, qué vendrá nuevo... eso me gusta, a veces me meto en la Comunidad para ver si ha salido un tema nuevo, algo interesante o puedo hablar de algo, siempre hay algo que comentar, sobre todo en la blogosfera porque hay veces que en el tema de la Comunidad portal, hay un periodo de una semana donde no hay tema nuevo(...), aquí es constantemente seguir creciendo, seguir pensando, seguir dándole vueltas a lo que viene. Entrás en la blogosfera a ver lo que se cuece.”

(Hombre, 19-21 años)

Profundizar en el proceso en el tiempo es adentrarnos en los inicios de la experiencia, cuando la persona se estrena en la Comunidad Digital. Un proceso iniciático determinado por las habilidades y manejo en RRSS y en la tecnología en general, así como por la posición desde donde empieza a hablar la persona, es decir por la naturaleza del vínculo primigenio.

“Los primeros dos meses estás experimentado con la página, ¿no?, problemas con el video, la descarga, pero te vas acostumbrado a sus limitaciones”.

(Hombre 45-55 años)

Confusión y auto exigencia son dos conceptos que nos ayudan a entender cómo es el proceso de inicio en la Comunidad Digital. Un participante que se siente perdido en el rol que tiene que desempeñar y presionado por obtener el crédito grupal para sentirse aceptado.

“Era el nuevo, había gente que ya llevaba mucho tiempo y al principio te sientes más cortado, hasta que conoces, yo pasé un tiempo investigando viendo los apartados, vas leyendo temas, vas bajando me tiré una semana hasta que me adapté, te acostumbras a ese nuevo ambiente, me adapté no tardé mucho en cogerle el tranquillo”.

(Hombre, 20-25 años)

” Cuesta un poco, entre el entusiasmo y la presión de hacerlo bien”.

(Mujer, 26-35 años)

Un participante muy atento y expectante, que en el inicio mide las interacciones informales y se ajusta a la interacción formal que exige el compromiso de participación.

“Escribes básicamente los temas de la Comunidad”

(Hombre, 45-55 años)

“Vas a lo justo”

(Hombre, 45-55 años)

Un participante que se suelta desde el control de las funcionalidades y del ritmo que marca la Comunidad; que va desarrollando su posición dentro del grupo y nutriendo su vínculo, dominando territorios y creando una identidad de grupo desde la interacción con el otro.

“No sabes si escribes mucho o poco, no sabes el funcionamiento, escribes básicamente los temas de la Comunidad, con el tiempo entras y miras, lees, estás como en casa, escribes más en el blog, estás atenta a los anuncios, a los niños y sus usos, compartes noticias porque piensas que a alguien le puede interesar”.

(Mujer, 14 – 17 años)

“Empiezas a conocer a la gente, son de tu edad, que le gusta probablemente lo mismo que a ti, el compañerismo que se respira es lo que más me gustó desde el principio”.

(Mujer, 21 – 25 años)

5.2.2.1. El proceso, un juego de equilibrio y compensación

La experiencia en el tiempo es un juego de equilibrio y compensación de esfuerzos y tareas. Un participante que se nutre desde la variedad y el ritmo en temáticas, herramientas y entornos de participación.

La variedad de temáticas nos traslada la capacidad del proyecto de atrapar el interés de los participantes. La temática repetitiva genera actitudes cansadas que enganchan con respuestas automatizadas, pero por el contrario la temática variada aporta frescura a la mirada del participante e ilusión por emprender un nuevo reto.

“Estas expectante, pensando y ahora qué vendrá”.

(Hombre, 17-21 años)

La variedad de herramientas nos traslada la capacidad del proyecto de estimular al sujeto, en un juego de interacciones y dinámicas que le colocan en diferentes posiciones con uno mismo, con el otro y con el entorno desde la reflexión, el debate y la observación. Un entrenamiento del sujeto participante a través del proceso de investigación y un reto para el investigador en el arte de abordar las tareas de forma estimulante que limen los frenos ante las “aspereza” del tema, bien por ajeno, bien por repetitivo.

“Otra vez un Test de tarifas, uff... venga vamos a ello”.

(Hombre, 45- 55)

“Hubo otra que si que le metí un montón de cosas, de música, me sentí especialmente bien y quiero recordar que vino después de un tiempo de mucha tralla y notas que nos estamos soltando, estamos relajando y la verdad es que me gustó mucho”.

(Hombre, 45-55 años)

La variedad de entornos nos traslada la importancia de la Comunidad Digital de promover los encuentros presenciales y experimentar el encuentro con el otro desde grupos on y off que promueven la interacción inmediata, en vivo y lo que es más importante, de forma presencial. Un refuerzo que estrecha lazos dentro del grupo y que genera una fuerte implicación con el proyecto.

“El grupo presencial donde nos reunimos todos...”.

(Mujer, 14-17 años)

“El grupo on line del otro día...”.

(Mujer 25-35 años)

“Para cuando el encuentro presencial, lo estoy deseando”.

(Hombre, 45-55 años)

El ritmo de la Comunidad Digital es un juego de compensación, de saber equilibrar momentos de alta intensidad, con velocidad de crucero, con las siempre celebradas pausas donde la persona se siente libre de navegar a sus anchas.

“Siempre hay algo que comentar”.

(Mujer, 45-55 años)

“Con el tiempo escribes más en el blog”.

(Mujer, 45-55 años)

El tiempo en la Comunidad Digital nos habla de un participante que siente la Comunidad Digital como propia, un espacio para ser escuchado, para sentirse acompañado. Un espacio para el empoderamiento de una persona que se expresa y opina desde un escenario creado para que él intervenga en la transformación de su mundo.

“Como estar en casa, entras miras, lees, vuelves para tras, para delante”.

(Mujer, 45-55 años)

“Te sientes acompañada, piensas en ellos”.

(Mujer, 45-55 años)

“Confías en que esa gente no va a fallarte, que luego te van a comentar, cuentas con su opinión”.

(Mujer, 14-17 años)

El proceso en el tiempo nos habla de un participante que se siente satisfecho con la actividad que realiza, que se entusiasma ante la notificación de una nueva tarea y que está expectante a la propuesta de un nuevo reto. Un participante que se cualifica en su rol desde una mirada fresca y espontánea hacia él mismo, su entorno y el mundo en el que vive.

“Cuando veo un anuncio de móviles, de tarifas, o cuando observo a mis hijos el tiempo que llevan en la pantalla, compartes el enlace, la noticia porque piensas que pueda interesarle a alguien”.

(Mujer, 45-55 años)

“Acceder a la plataforma se ha convertido para mí en una costumbre diaria, así que a no ser que haya tenido una jornada muy larga y complicada suelo abrirla todos los días, para buscar si se nos ha propuesto un nuevo trabajo y sobre todo para leer a mis compañeros en el blog, me parece muy interesante saber que escriben los demás, sus pensamientos y las noticias o trucos que comparten con el resto”.

(Hombre, 36-45 años)

“La verdad es que, como ya he dicho, la comunidad es una actividad cotidiana más para mí, no solo en el momento de escribir o leer, si no por todas las veces que me acuerdo viendo cosas o situaciones que puedo compartir”.

(Mujer, 45-55 años)

5.2.3. Territorio de posicionamiento de la Comunidad Digital

Hablar de la Comunidad Digital es hablar de un territorio propio, donde un grupo de personas interactúan digitalmente entre ellas compartiendo fragmentos de su vida e intercambiado opiniones. Hablemos, por tanto, de aquellos elementos que la diferencian de otros espacios de interacción digital como pueden ser Twitter, Instagram o Facebook.

Un punto de partida diferenciador de la Comunidad Digital son sus características intrínsecas, sus fundamentos arraigados en las técnicas de investigación cualitativa:

- Tener una moderación que dinamiza la interacción y provoca el debate y la reflexión.
- Tener objetivos definidos que abordar.
- Ser una comunidad cerrada y seleccionada, donde los participantes no se conocen entre sí, y no eligen a sus miembros.
- Tener una intención clara de desarrollo y en sus propias palabras de transformación de la Sociedad.

“Se va viendo la evolución del mercado, primero eran tarifas de voz, ahora datos y viendo series on line y esta es la evolución que estamos viendo en RRSS y ves que eres partícipe del futuro, yo alguna vez he visto alguna noticia y dices ostras somos parte de la historia, estamos escribiendo el futuro”.

(Hombre 45-55 años)

En su comparativa con las RRSS tradicionales, donde la persona interactúa y selecciona libremente qué compartir y con quien, se han identificado hallazgos en la manera en cómo hablan, cómo interaccionan y cómo es su proceso reflexivo.

La propuesta reflexiva de la Comunidad Digital es quizás el aspecto que más aleja al participante del tipo de interacciones que declara hacer en sus RRSS más habituales; unas RRSS que se caracterizan por compartir contenidos sin entrar a reflexionar sobre ellos. Interacciones que se resuelven con *likes*, *emojis* o comentarios cortos.

“Hombre yo tengo Facebook, Twitter e Instagram, pero realmente lo que más uso es Twitter y Facebook”.

(Hombre, 26 -35 años)

“Las diferencias principales son el tema de mantener una conversación, que sí que la puedes hacer más en Sensors (...) en Facebook dices “he estado en el cine esta tarde” publicas una foto, tal, pero no esperas a lo mejor abrir un debate sobre eso, lo compartes en tus redes sociales para que la gente lo vea y lo sepa, pero no esperas mantener una conversación con alguien, no es el

objetivo. En la blogosfera sí, tú abres un tema y esperas que la gente intervenga, para que digan lo que les parece o qué cosas sabe o qué cosas ha hecho. Esa es la diferencia fundamental que para mí hay entre Twitter/Facebook y la blogosfera”.

(Hombre, 36-45 años)

“Sí, normalmente en redes sociales das tu opinión y suele haber interacción del tipo “like”, del tipo “RT” o “compartir” ...pero no tanto de tipo debate, nunca he visto algo así en las redes sociales.”

(Hombre, 18-21 años)

“Los comentarios que suelen haber en Facebook y Twitter sí que la diferencia que observo es que hay comentarios mucho más cortos, (...) vuelvo a lo de antes, en Sensors somos 14, 15, 20 y en redes sociales tienes 250, 500 seguidores... para que te vas a poner ahí a contarle las cosas que quizás no le interesen. Si quiero contar algo de ese tipo, abro un whatsapp en privado y le dices: “oye qué tal estaba el sitio, qué tal estaban las copas y tal...” pero más en la intimidad, en público simplemente un comentario de “oye qué guapa estabas, qué bien lo pasasteis...mucho más escueto y corto. En Twitter o Facebook soy más directo. En la blogosfera soy más creativo”.

(Hombre, 18-25 años)

El lenguaje de la Comunidad Digital tiene un código propio, impregnado de una formalidad que lo aleja del lenguaje usado en RRSS donde la selección de miembros se hace en base a afinidades tales como lazos de amistad, familiares,

de trabajo o inquietudes parecidas, donde el sujeto declara expresarse dentro de un código de mayor cercanía, más personal, con el uso de códigos comunes que los identifican como grupo.

“Entonces, sí que es verdad que, en ese sentido, la diferencia es esa, la forma en la que tú hablas con una persona y con otra, las palabras que usas, porque al final tú hablas con alguien en la Blogosfera y no conocen tu tipo de lenguaje, cómo eres fuera de ahí, cómo te expresas...no todos hablamos igual. Seguro que cuando tú estás aquí trabajando y cuando sales, te tomas algo con amigos y es otro rollo, estás de relax y les hablas de una manera y con una “jerga” que ellos conocen y que estando aquí no puedes usar (...) es como algo intermedio sabes, está entre una cosa y otra, te sientes más libre, te sientes que puedes hablar de más cosas y de una manera personal, pero sin llegar a ser tan abierto o todo lo que te gustaría que fuera en otro contexto.”

(Hombre, 17-21 años)

“Los gestos con los que me deslizo por el móvil en las RRSS son distintos a los de la Comunidad que se parecen más al correo”.

(Mujer, 35-45 años)

El lenguaje escrito domina la comunicación de la Comunidad Digital y, aunque tiene guiños a la comunicación gráfica y audiovisual, no domina como en el caso de las RRSS, donde la expresión gráfica es un elemento clave de la expresividad.

“Al grupo como una imagen más de debate, de interacción, más de una piña un grupo de gente que se relacionan entre sí para un

tema concreto. A las redes sociales más de compartir experiencias o contar mediante fotos o publicaciones cortas algo que te ha pasado, algo que has vivido o una opinión que tienes hacia cierto tema o programa de TV por ejemplo. Y luego la Comunidad, algo más privado, algo más íntimo, más personal, intimar sabes, intimar con lo que hay dentro, muy personal, más propio.”

(Hombre, 17-21 años)

La interacción que se genera en la Comunidad Digital es limitada si la comparamos con la de una RRSS que emite notificaciones y tiene una sincronización automática, permitiendo estar en tiempo real con la vida de la RRSS. La Comunidad Digital no genera el miedo a perderse algo (Fear of Missing – FOMO), tiene un pulso más lento y menor capacidad de generar contenidos novedosos de consumo impulsivo.

La accesibilidad de la Comunidad Digital también es limitada, a pesar de sus últimos desarrollos si la comparamos con la inmediatez y la rapidez de una RRSS en su acceso.

Si partimos de la premisa de dime quien eres según la RRSS que usas y cómo la usas, podríamos decir sin entrar en un análisis profundo de las RRSS, que Instagram es una RRSS dominada por un público joven, de comunicación audio visual, con contenidos muy diversos que diferencian entre espacios privados y públicos para la expresión de su identidad, y el consumo de contenidos de marcado carácter social y de seguimiento de grupos y personas de interés.

Instagram es una RRSS que se posiciona como canal de comunicación vinculado al entretenimiento y la exposición social, con una vertiente de comunicación personal íntima desde los chats privados. Mantiene una

interacción rápida que se representa en el deslizar de un dedo, un “like”, una fotografía o la grabación de un video.

“Es una vida digital, hablas con tus amigos, ves lo que hace la gente, la gente ve lo que haces en las historias”.

(Mujer, 14 – 17 años)

“No tengo Instagram porque mi vida no la suelo publicar”.

(Hombre, 45-55 años)

“En Instagram eliges el mejor lado de tu vida”.

(Mujer, 14-17 años)

Twitter es una RRSS más heterogénea por grupos de edad, un canal de comunicación que se posiciona en el debate y la opinión pública de temas sociales y de actualidad política. Una RRSS abierta a un público muy amplio, amigos, conocidos, personajes e instituciones públicas y privadas.

Twitter es una RRSS que se posiciona como canal de información de actualidad, de divulgación y de debate. Una Red de amplia accesibilidad, donde domina la comunicación escrita y una interacción muy intensa, que lleva a un debate largo y continuado en el tiempo.

“Twitter, no puedo entrar en esto porque no voy a hacer otra cosa, porque todo me interesa y todo se va abriendo”.

(Hombre, 45-55 años)

“Twitter es el debate más inteligente y suspicaz de la opinión pública, en un contexto más global”.

(Mujer, 21-25 años)

Por último, Facebook es una RRSS con un posicionamiento muy amplio entre un target adulto. Tiene una faceta relacional muy importante como plataforma de comunicación que pone en contacto a personas, con una comunicación a mitad de camino entre la expresión gráfica y la escrita. Facebook es una ventana donde expresar y mostrar desde aspectos de carácter íntimo y privado hasta temas de carácter político y social.

Facebook puede ser una RRSS para conectar con un mundo cercano, muy atractiva e interesante, vinculada a aficiones y grupo de interés. Un espacio para la exposición social de carácter frívolo y superficial donde compartir fragmentos de la vida privada.

“Al final es una corrala para lo bueno y para lo malo”.

(Hombre, 45-55 años)

“Yo tengo Facebook y lo miro para, bueno por cosas de música, algo de teatro, ... Pero, para mí no es una red social por la que me comuniqué a diario...”.

(Hombre, 45-55 años)

“Tengo Facebook, y creo que nada más. Porque el Whatsapp no sé si es una red social o no. Y lo uso pero tampoco lo uso de forma personal, pertenezco a grupos y me gusta las noticias que me da de esos grupos... por ejemplo el Castillo de Argüeso de Cantabria y

me cuentan cosas de aquella zona... más que la gente privada que pone sus cosas privadas, que eso no me interesa, me gustan los grupos que me aportan algo más objetivo. No me satisface ver siempre a una persona en una postura bonita y agradable”.

(Mujer, 45-55 años)

Finalmente se debe hacer una mención a los Foros, que fueron los espacios pioneros en la interacción digital poniendo en contacto a personas por grupos de interés. Un espacio digital vinculado a la divulgación de conocimiento y a conectar personas por afinidades. En la actualidad ocupa el territorio del conocimiento especializado.

“Yo llevo muchos años en Foros, Foros sobre todo de guitarristas, Yo toco la guitarra y dentro de mis hobbies es hacer aparatos electrónicos para que suenen las guitarras, amplificadores a válvulas antiguos... allí llevo como 14 años en Foros... Entonces, ahora ya están muy de capa caída, pero en tiempos yo he aprendido muchísimo allí. ... que de hecho hoy por hoy tengo amigos de carne y huesos que me explico... de hecho nos vemos de vez en cuando y nos abrazamos y nos tomamos un par de cervezas y tocamos música juntos a través de allí. Sigo en los foros... pero es verdad que aparte de compra venta y estas cosas, busco siempre en las de hacer... por ejemplo, ahora llevo un tiempo aprendiendo a grabar, a mezclar y masterizar sonido entonces pues voy allí a los foros”.

(Hombre, 45-55 años)

5. Vivir en Comunidad

La Comunidad Digital ocupa un territorio propio con las raíces de las metodologías tradicionales y con el formato o cuerpo de una RRSS.

Una nueva metodología cualitativa que se ajusta a la nueva realidad social digital, utilizando como escenario el marco de interacción digital que en la actualidad se realiza a través de Internet. Este contexto actual está liderado por RRSS que sirven de espejo donde mirarse pero que en ningún caso busca emularse, hay un poso de reflexión, de ritmo lento y de cultivo en la experiencia de las comunidades Digitales que hoy en día no están presentes en las RRSS.

Finalmente, podemos concluir que la premisa determinante que diferencia a la Comunidad Digital de las RRSS es la posición desde donde se coloca la persona para hablar, para expresarse. Una posición donde se desnuda de cualquier rol que pueda adoptar en cualquier RRSS, una posición de mayor autenticidad que solo le puede dar el contexto de una metodología cualitativa. La investigación reduce y minimiza la barrera represiva que toda persona lleva al estar en un campo desconocido donde ha sido seleccionada, para hablar de un tema que no le implica nada con nadie, porque no lo ha elegido.

“La participación online tiene muchas ventajas, te sientes más libre de expresar tus opiniones sin ninguna vergüenza.”

(Mujer, 14-17 años)

BLOQUE III

6. LAS HERRAMIENTAS DE LA COMUNIDAD DIGITAL.
7. EL BLOG SOCIAL.
8. EL FORO.
9. EL BLOG PERSONAL.

6. Las herramientas de la Comunidad Digital

6. LAS HERRAMIENTAS DE LA COMUNIDAD DIGITAL.

6.1. Reglas básicas de la dinamización de una Comunidad Digital.

6.2. El Blog Social.

6.3. El Foro.

6.4. El Blog Personal.

6. Las herramientas de la Comunidad Digital

Partiendo de las técnicas de investigación cualitativa, grupos de discusión y entrevistas en profundidad como grandes modelos de referencia, el escenario de la Comunidad Digital es una propuesta a incentivar e impulsar el discurso del sujeto.

La Comunidad Digital se abre a una nueva forma de entender la producción discursiva del sujeto social desde una variedad de canales de expresión: el sujeto en lo social, en lo grupal y en lo personal, marcando una línea discursiva integrativa desde las tres dimensiones.

Una metodología que alcanza su máximo potencial desde el uso integrado de las herramientas de la Comunidad Digital.

Como punto de partida, para entrar en la comprensión de cada herramienta es necesario tener la visión de conjunto. A continuación, detallo aspectos generales que envuelven a la metodología, y son determinantes para su configuración y buen funcionamiento:

- La importancia de crear un ambiente de comunidad que potencie el proceso de creación de identidad comunitaria e individual: personas que forman parte de un proyecto único e irrepetible durante un proceso que se prolonga en el tiempo, compartiendo experiencias vitales y opiniones.
- La importancia de desarrollar un proceso de empatía que potencie el proceso identitario de la comunidad: un proceso de selección y una moderación preocupada desde el primer momento en crear un ambiente distendido, atractivo y aspiracional. Un espacio facilitador de la participación y la expresión.

6. Las herramientas de la Comunidad Digital

- La importancia de desarrollar un proceso que cuida el estilo de comunicación, el lenguaje, el tono e imagen gráfica, en función del target y de los objetivos del estudio.
- La importancia de pautar una moderación clara y escrupulosamente respetuosa con los principios clave del libre discurrir del discurso del participante.
- La importancia de una moderación imaginativa e inspiradora, que potencie el impulso a la participación desde la naturalidad y neutralidad, donde la proyección y la confesión, sean posibles.

Para concluir, introduzco un elemento clave: el documento de planificación.

El documento de planificación plasma la mirada integrativa que la Comunidad Digital propone para el análisis de la realidad social que investiga. Constituye un documento que, a modo de guion, detalla y pauta con un timing la relación de actividades por las diferentes herramientas que configuran la Comunidad Digital: Blog Social, Foro y Blog Personal, y en algunos casos con encuestas y grupos presenciales.

A continuación, detallo las reglas básicas para la dinamización de una Comunidad Digital, así como las intervenciones que ejemplifican el estilo narrativo de la moderación en cada una de las herramientas.

6.1. Reglas básicas de la dinamización de una Comunidad Digital

La definición de las reglas básicas para la dinamización de una Comunidad Digital me lleva a estructurar el proceso en tres grandes fases:

1. Presentación y calentamiento:

Se inicia el primer post de la moderación en el tablón de anuncios, espacio de entrada a la Comunidad Digital, y encargado de dinamizar el día a día con una propuesta fresca y atractiva. Un espacio que funciona a modo de escaparate donde encontrar los grandes titulares del día. Una entrada cuidada, que genere impacto, con una combinación articulada entre titular, texto y fotografía.

En este primer post de bienvenida en el tablón de anuncios, se detalla el objetivo central de la Comunidad Digital, y la moderación introduce de nuevo las reglas generales de intervención en el espacio.

Se trata de la puesta en escena, primer acto para que cada participante se presente en la comunidad y comparta aspectos personales como aficiones, profesión, hogar, ciudad de residencia, etc., y expresar sus expectativas ante el proyecto de Comunidad Digital que se inicia.

Una fase que busca la cohesión grupal, los primeros pasos para el desarrollo de una identidad comunitaria, y que se realiza a través de dos herramientas de interacción grupal: el Blog Social y el Foro de bienvenida.

Se invita a los participantes a la creación de un primer post de presentación, a través de la creación de su Blog Personal y de la elección de un avatar que será su imagen pública dentro de la Comunidad Digital.

2. Moderación para la consecución de los objetivos:

En este apartado realizo una planificación de actividades en las diferentes herramientas según los objetivos de investigación planteados en el *briefing* del cliente.

Una planificación que atiende a un timing, y que se expresa en un calendario de actividades donde se alternan notificaciones de una nueva tarea cada dos días.

Por lo general, se lanza una media de tres notificaciones a la semana para mantener un ritmo óptimo y necesario para el buen funcionamiento metodológico de la Comunidad Digital.

La vinculación hacia el proyecto necesita de una fuerte dinamización, más allá de los objetivos de investigación. Una dinamización que se tiene que hacer muy presente en el sujeto participante a través de los diferentes canales de comunicación (plataforma digital, mail, grupos de discusión, talleres presenciales de co-creación y contacto telefónico).

Esta dinamización en momentos puntuales se enfrenta a ritmos de mayor intensidad ante la necesidad de abordar objetivos express que se introducen en mitad de una planificación y a los que hay que atender.

La planificación elige las herramientas más adecuadas para generar el material discursivo óptimo para la realización del análisis, que dará respuesta a las cuestiones planteadas en el *briefing*.

En definitiva, con la planificación se alcanza un ritmo flexible que busca el equilibrio entre el timing del cliente y la calidad discursiva generada para el análisis.

Es importante considerar que en toda planificación se desarrolla un guion, que pauta las actividades que los participantes tienen que realizar. Un guion con una clara vocación cualitativa, fundamentado en una dinamización no directiva, aprendida de la práctica de la realización de grupos de discusión y entrevistas en profundidad; que huye de la formulación de un repertorio de preguntas, y que amplía el campo de observación con el fin de contextualizar lo que rodea al objeto de la investigación.

La planificación detalla en su propuesta, el uso de la combinación de herramientas más adecuada para abordar el objetivo de la investigación. Teniendo en cuenta la naturaleza tan variada de objetivos que se abordan a lo largo de todo el proyecto de una Comunidad Digital, la combinación de herramientas es múltiple y en consecuencia son muy diversas también el tipo de planificaciones resultantes.

A continuación, propongo un esquema de desarrollo de planificación para lo que podría ser un objetivo que demandara un planteamiento cualitativo básico de abordaje, es decir, de la apertura del inconsciente a la concreción desde lo consciente:

- Actividad tipo 1. Se suele iniciar la planificación con un Blog Personal, una oportunidad para identificar los elementos sobre los que el sujeto construye por sí mismo su discurso; un discurso sin condicionantes previos; un discurso que permite contextualizar y matizar las diferentes posiciones individuales.

6. Las herramientas de la Comunidad Digital

- Actividad tipo 2. Un segundo paso es la puesta en común a través del Foro, un espacio que permitirá el encuentro de las posiciones discursivas, reforzándose y matizándose desde la cohesión grupal.
- Actividad tipo 3. En algunas ocasiones se hace uso de la encuesta para cerrar y cuantificar posturas identificadas en actividades previas. También, se puede lanzar una encuesta en una fase previa de *screening*, ante una gran variedad de propuestas a evaluar. En todo caso, la encuesta es un elemento contingente cuyo uso es muy variable en función de la decisión del equipo técnico.

Una planificación que se abre al universo del sujeto para ir cerrándose hacia los intereses específicos de la investigación, lo que podríamos denominar el viaje del insight al desarrollo de producto o de marca en términos de pura investigación de mercados.

Hay muchas combinaciones posibles para el desarrollo de la planificación, y técnicas que aplicar dentro de cada herramienta. La Comunidad Digital es un reto que permite explorar nuevas maneras de hacer por las que el sujeto se exprese en solitario o en grupo.

En la actualidad, es un reto pendiente el avance en la producción de discursos gráficos y audiovisuales en las Comunidades Digitales; especialmente relevante para el desarrollo de proyectos de innovación y aquellos que requieren de un despliegue exhaustivo del registro imaginario, con el cual los participantes enlazan a su discurso las proyecciones imaginarias en las que los sostiene.

Este tipo de técnicas, si bien están muy desarrolladas en talleres de desing thinking y grupos de cocreación, todavía no se han trasladado a una Comunidad Digital donde el foco de su producción discursiva es escrita.

3. Cierre del objetivo:

Cada herramienta que se abre para la participación hay que cerrarla a la finalización de un objetivo. Ese cierre incluye el reconocimiento y el agradecimiento por su implicación y gran ayuda en el proyecto.


Es importante considerar que, entre un objetivo y otro, se recomienda un periodo entre 24 y 48 horas de descanso para que los participantes no se saturen de actividades planificadas, convirtiendo la participación en una rutina repetitiva, acomodándose en posturas de poco valor discursivo y debilitando el vínculo y por lo tanto “el engagement” con la Comunidad.

A continuación, muestro diferentes tipos de instrucción que recibe el participante en cada herramienta.

6.2. El Blog Social

El Blog Social es el espacio de lo informal, es decir de lo no normativo. Una herramienta que no responde a objetivos planificados de la investigación está abierto a la libertad de lo que cada persona quiera expresar de su entorno, de su vida. El objetivo es la construcción de un relato colaborativo que permita, por una parte, impulsar el desarrollo de una identidad colectiva y, por otra parte, enriquecer el conocimiento que cada participante tiene del otro.

Ejemplo 1. Creación de Blog en la puesta en marcha de la Comunidad Digital.
Una propuesta dirigida hacia la presentación del sujeto a compartir sus inquietudes personales.

 ¡Bienvenidos al Blog Social!

Fecha – Hora – Moderación

Este es tu espacio para hablarnos de las cosas que te pasan, te gustan, te interesan, te impactan, aquellas con las que conectas y con las que no.

Recuerda que es un espacio para compartir, donde es igual de importante publicar como leer y comentar los posts del resto de participantes de la Comunidad. Una oportunidad para parar, mirar y conocer a toda la Comunidad.

Te invitamos a que te lances, subas archivos, imágenes, fotografías, vídeos... nos cuentes quién eres, qué te gusta hacer, qué cosas te definen o qué te interesa.

¡Es el momento de lanzarse y publicar tu primer post!

Un fuerte abrazo.

Ejemplo 2. Una orden dirigida al grupo.

Una propuesta de compartir la mirada que el sujeto tiene hacia su entorno.

 ¡Hola Comunidad!

Fecha – Hora – Moderación

Queremos terminar el año hablando de las TENDENCIAS que estáis observando a vuestro alrededor.

Entendemos por tendencia como un movimiento hacia cualquier ámbito con carácter novedoso, algo que, aunque ahora pudiera ser minoritario, podría convertirse en masivo en un futuro.

Hablamos de nuevas maneras de hacer, ser, estar, pensar... que se están incorporando a vuestro alrededor.

Para realizar esta tarea y que podáis subir vuestros posts al Blog Social, os dejamos el kit del cazador de tendencias para que podáis utilizarlo a la hora de subir vuestras exploraciones: cámara de vídeo para documentar lo que está pasando; ojo fotográfico que capte esa instantánea que tanto nos inspira, y libreta de explorador lista para que no nos perdamos nada.

¡A la caza de las tendencias!


Y no olvidaros de entrar e intervenir en las exploraciones de otros compañeros para engrandecerlos con vuestros comentarios.

¡Adelante y mucho ánimo!

6.3. El Foro

El Foro, es el espacio para compartir opiniones y debatir sobre objetivos de la investigación. Es una herramienta que a lo largo de la Comunidad Digital va a atender a múltiples objetivos, que se irán abriendo y cerrando a través de la planificación.

Ejemplo 1. Foro abierto al debate de un tema social.

 ¡Hola a toda la Comunidad!


Fecha – Hora – Moderación

Abrimos este debate para hablar sobre SOSTENIBILIDAD Y COMPORTAMIENTOS ECO FRIENDLY en las Empresas.

La cuestión es... Qué papel están jugando las Empresas en términos de Sostenibilidad y Comportamientos Ecofriendly.

¡Muchas gracias por vuestro gran apoyo y entusiasmo en este proyecto de Comunidad Digital!

Ejemplo 2. Foro para el debate de diferentes propuestas.

 ¡Hola!

Fecha – Hora – Moderación

Os queremos presentar el programa X...


En primer lugar, nos gustaría que vierais con atención ...

Ahora nos gustaría iniciar un debate abierto a la valoración del programa X

Por favor, profundizad sobre todos aquellos elementos del programa que os hayan resultado relevantes.

¡Entrad en materia y no os cortéis!

Ejemplo 3. Foro abierto para profundizar en valoraciones individuales de diferentes propuestas.

 ¡Hola de nuevo!

Fecha – Hora – Moderación

Nos gustaría abrir un debate y avanzar sobre vuestras valoraciones individuales que habéis visto en relación con...

La pregunta es, qué elementos habéis echado en falta ...

Os dejamos este Foro abierto durante el fin de semana para que nos contéis y compartáis vuestra experiencia.

¡Un abrazo!

6.4. El Blog Personal

El Blog Personal es la herramienta desde el que se articula el discurso individual de cada participante, y que al igual que el Foro, obedece su apertura a una planificación por objetivos detallada, que se cierra cuando el objetivo está finalizado.

Desde el Blog Personal se abordan una gran variedad de objetivos de diferente naturaleza que hemos dividido en las tres categorías más importantes: proyectiva, etnográfica o de opinión. A continuación, enumeramos un ejemplo de cada tipo de Blog Personal.

Ejemplo 1. Blog proyectivo propuesto para el desarrollo del concepto de fidelización.



La isla de la amabilidad

Fecha – Hora – Moderación

¡Hola de nuevo!

¿Te apetece venir a La isla de la amabilidad? Para transportarnos allí necesitamos que dejes volar tu imaginación y que una vez en la Isla de la amabilidad nos relates qué ves, cómo se vive allí,... en qué situaciones vives la amabilidad, cómo la recibes...

Puedes imaginarte cómo sería un día de tu vida cotidiana allí... transporta todo lo que haces a diario y cuéntanos cómo se vive la amabilidad en cualquier contexto: transportes, restaurantes, supermercados, medios de comunicación, tecnología...

Para esta actividad puedes ayudarte de vídeos, imágenes, música que se escuche en esta isla de la amabilidad... Todo aquello que te ayude a transportarte allí.

¡Nos encontramos en la isla!

Ejemplo 2. Blog etnográfico propuesto para explorar en los hábitos post
vacacionales.

 La vuelta de vacaciones de verano

Fecha – Hora – Moderación

Hola!


Os proponemos una actividad para que nos ayudéis a reconstruir un momento que pensamos que tiene unos rasgos específicos: La vuelta de vacaciones

Escribimos un diario que hable de las sensaciones, pensamientos, acciones, ... que nos ayuden a reconstruir ese momento.

Podéis utilizar para la narración todos los materiales que queráis, fotografías, dibujos videos, etc...

¡Muchísima gracias y a disfrutar del Blog personal!

Ejemplo 3. Blog de opinión propuesto para la valoración de dos propuestas.

 **Buscando las 7 diferencias**

Fecha – Hora – Moderación

¡Hola!

Retomamos el tema del Gaming y el programa

En este caso, vamos a utilizar como referencia el programa que has valorado en la tarea anterior (<https://www.youtube.com/...>) para, continuación, presentarte una nueva entrega más actualizada.

NUEVA ENTREGA: [https://www.youtube.com/....](https://www.youtube.com/...)

En primer lugar, queremos pedirte que visualices esta nueva entrega por completo. Es muy importante que prestes atención a todo el programa, de principio a fin. ¿Lo tienes?

El objetivo de esta tarea es que realices una valoración de aquellas diferencias que hayas apreciado en esta nueva entrega del programa, más actualizada, en comparación con la anterior.

Háblanos, además, de aquellos elementos que más te han gustado (que mantendrías) y de los elementos que menos te han gustado (que cambiarías) .

Como siempre, cuanto más nos detalles las razones, mejor entenderemos tu percepción.

Finalizo este capítulo introductorio para dar pie al análisis detallado de cada herramienta, la comprensión de sus usos y utilidades como técnicas de investigación cualitativa dentro de la Comunidad Digital.

7. EL BLOG SOCIAL

7.1 Definición de la herramienta.

7.2 Contexto de partida: usos y actitudes hacia las RRSS.

7.3 Análisis de la participación en la Comunidad Digital.

7.4 Análisis del discurso sobre la percepción de la experiencia.

7. El Blog Social

El Blog Social es la primera de las tres herramientas de la Comunidad Digital que entro a analizar.

En primer lugar, abordo una descripción técnica de la herramienta que nos traslada el papel que juega el Blog dentro de una Comunidad Digital, la dimensión que trabaja como generadora del discurso social y en la construcción del desarrollo de identidades individuales y colectivas.

En segundo lugar, exploro los usos y actitudes de RRSS de las personas participantes como punto de partida importante para la reflexión sobre su experiencia en el Blog social; entendiendo que ambos espacios, RRSS y Blog social, comparten un territorio comunicacional parecido, por el tipo de interacción que provocan y la naturaleza del contenido que generan.

En tercer lugar, me centro en el análisis de la participación de la muestra participante en la investigación en el Blog Social desde una doble perspectiva: cuantificando y cualificándola, midiendo la intensidad de la participación y valorándola en términos de contenido y lenguaje.

En cuarto y último lugar, me adentro en el discurso del participante desde las entrevistas en profundidad realizadas, para explorar en el valor de la herramienta desde su propia experiencia de uso.

7.1. Definición de la herramienta

Podemos definir el Blog Social:

- Como un Blog abierto a toda la comunidad para compartir contenidos e interactuar libre y espontáneamente.
- Una herramienta que potencia e invita al rol de observar y hacer una crónica de su entorno. Un espacio donde el participante puede aportar lo que quiera desde una orden inicial abierta al relato de experiencias, actividades que realizan, cosas que les interesan, descubrimientos, lo que les preocupa, etc.
- Es un instrumento que se caracteriza por su carácter totalmente libre y no obligatorio.
- Un espacio que está condicionado a que no estén activas otras tareas que aborden objetivos marcados de investigación, donde se explicita al participante una orden clara que atender.

“En el blog nos dejáis total libertad. Ahí podemos escribir lo que nosotros queramos entonces oye, eso es interesante. Luego ya cuando vosotros decís, pues hay que irse a tratar este tema en concreto, vuestras experiencias o qué opináis sobre estos temas, es un trabajo ya específico.”

(Hombre, 22-25 años)

- Donde el papel asignado al Blog Social en cada una de las Comunidades Digitales está dirigido a que sea un espacio donde el participante marca el ritmo y crea sus propios contenidos.

7. El Blog Social

- Desde el inicio del proyecto la moderación invita a hablar de sus intereses y generar contenidos de actualidad y de tendencias de su entorno.
- Se incorpora siempre además una invitación explícita a la comunicación gráfica, audiovisual y a compartir contenido Web.
- En síntesis, el Blog social cumple una función clara para crear contenido propio, compartirlo y desarrollar una interacción grupal que nace de la Comunidad, permitiendo la construcción de identidad como grupo.

7.2. Contexto de partida: usos y actitudes hacia las RRSS

Para entrar en la comprensión de la dinámica del Blog Social, de su valor y potencial como herramienta de investigación, es necesario entrar en primer lugar en la comprensión de usos y actitudes de los participantes hacia las RRSS.

Como punto de partida entramos en una breve descripción de las tres generaciones digitales que conviven en la muestra objeto de estudio, trasladando tres modos de relación con las nuevas tecnologías que incluye las RRSS en función de diferentes cortes generacionales. (Coolhunting Group, informe septiembre y diciembre de 2017).

1. **Generación X** (nacidos/as entre 1965 y 1979).

- Internet es importante, pero no ocupa un lugar central en sus vidas.
- Está influida por la nostalgia de los 80s y principios de los 90s.
- Preferencia por las innovaciones tecnológicas y digitales con componentes analógicos.
- Gustan de consumir contenidos a través de plataformas digitales, que ofrecen contenidos en infinidad de formatos.
- Son proclives al eCommerce.
- Tienen una vida social activa, con especial atención a la salud y el fitness.
- Son usuarios de las redes sociales: Facebook, Instagram, Twitter y Pinterest.

7. El Blog Social

- Con familiares y amistades usan aplicaciones de mensajería instantánea, como Whatsapp o Facebook Messenger.

2. **Generación Y** (nacidos/as entre 1980 y 2000).

- Son la generación denominada millenials, que crecieron con el cambio de siglo.
- El mundo online y el offline forman parte de una misma realidad integrada.
- Una generación ávida por compartir en redes sus estilos de vida y sus momentos vitales.
- Instagram es una de las redes sociales que más usada, mientras que Facebook tiene menos interés para esta generación, que la utiliza cada vez más para consumir contenido, antes que para compartir momentos personales.
- Una generación apasionada de Twitter.
- Son omnicanales, multitarea y multidispositivo.

3. **Generación Z** (nacidos de 2001 a 2010).

- Son la generación de Internet, nativa digital, que ha crecido considerando el móvil y las tablets como algo natural.
- Son totalmente digitales y móviles, multitarea y multipantalla.
- Prefieren el formato vídeo, así como las imágenes, emoticonos y memes.

- Fragmentan su tiempo en las redes sociales, mediante toques rápidos y micro interacciones.
- Sin duda, el móvil es el centro de su comunicación e información.
- Twitter, Snapchat e Instagram son sus redes sociales preferidas.

A continuación, nos introducimos en la comprensión de los usos en RRSS de la muestra objeto de estudio, identificando tres perfiles actitudinales devenidos de sus usos en las RRSS:

1. Perfil creador de contenido:

Se trata de participantes que tienen interiorizado el hábito de compartir contenidos en una Red abierta.

Vamos a encontrar más representación por el uso que hacen en RRSS entre los perfiles que se encuentran dentro de las generaciones Y y Z de la muestra de esta investigación.

Para este perfil, tres son las redes que adquieren fuerte protagonismo:

- Facebook, como canal de contacto e información de lo global, lo local y lo cercano: amistades y familiares.
- Instagram, como propuesta en la que encuentran una interacción visual y sencilla con lo cercano y lo global.
- Twitter, como canal centrado en la conversación sobre temas de actualidad.

Los sujetos participantes identificados dentro de este perfil creador de contenidos, está representado por la totalidad de la muestra de jóvenes y por una minoría adulta. Entremos en detalle:

- Perfil adolescente y joven:

Una juventud nativa digital y una juventud millennial que declaran un uso activo e intensivo de Instagram, siendo esta una RRSS donde es habitual que tengan dos y hasta cuatro cuentas en función de la diversidad de sus intereses, conviviendo perfiles privados y públicos de hasta 700 followers.

“La red social que uso todo el tiempo es instagram, instagram siempre. Facebook no lo uso, solo lo uso para eso de los cumpleaños y bueno ahora me han comentado este tema de marketplace para por ejemplo vender cosas como en wallapop entonces tal vez empiece a usar más a menudo pero ahora mismo no.. twitter nunca tuve y instagram realmente si, youtube también lo uso mucho, son las dos tres que uso más. Instagram la uso desde que me levanto para ver noticias en las paginas que voy siguiendo, para ver qué están haciendo mis amigos, también posteo algo, cosas de trabajo también en mis cuentas personales, hablo con amigos también por el chat por ejemplo, pero igualmente también uso mucho whatsapp. Para comunicarse con amigos es lo que más uso y Youtube miró muchísimos videos para aprender a hacer cosas. Hay muchísimas cosas entonces no sé... a veces también miro contenidos en general y bueno luego Netflix y esas aplicaciones así para teletransporte pero así red red social... a bueno y de música también pero quizás lo que más uso es instagram.”

(Mujer, 26-35 años)

En el caso de Twitter observamos que está más presente entre jóvenes activos que tuitean a sus “influencers” y hacen numerosos RTs. Un joven que declara, en algunos casos, tener hasta dos cuentas: una para el uso público y otra para el privado.

Mencionar como Snapchat y Tik Tok aparecen con mayor fuerza entre jóvenes de 14 a 17 años. Es una RRSS que usan de manera activa para publicar, ver fotos y videos de sus amistades.

- Perfil joven adulto:

Se trata de participantes que tienen un uso intenso de Instagram como espacio que le acompaña en su día a día para el contacto social, así como canal de entretenimiento y conocimiento de contenidos de interés.

Para este perfil Twitter es un espacio para encontrar información de la actualidad más contrastada, es una RRSS a la que se le otorga mayor veracidad.

Por el contrario, Facebook va perdiendo posiciones por ser menos confiable en la seguridad que garantiza la identidad del usuario.

“Yo creo que las redes sociales son muy importantes hoy en día. Yo cuando quiero informarme de algo lo primero que hago es mirar en ellas. Eso sí, pienso que cada una está orientada a una cosa en concreto, por ejemplo, si me quiero informar sobre algo importante siempre utilizo Twitter que me da muchísima más confianza , en cambio para pasar el rato Instagram. Según mi

opinión, Facebook, cada vez más, está perdiendo seguidores, de hecho yo tengo cuenta en Facebook pero desde hace algún tiempo ya no la utilizo nunca ya que no me parece muy fiable.”

(Mujer 26-35)

- Perfil adulto:

Se trata de participantes que tienen Facebook como espacio de máxima expresión de su interacción digital en RRSS. Un perfil veterano y fiel a esta RRSS, en la que comparten contenidos de sus intereses y aficiones.

Podríamos aventurar que gustan de ser dinamizadores de las comunicaciones que se ponen en juego en esta RRSS.

“Utilizo facebook muchísimo, porque básicamente todos mis álbumes de fotos están ahí, todo lo archivo, todo lo coloco, lo pongo público cuando viajo y luego lo pongo en Instagram, muchísimo, tengo 4 cuentas en Instagram diferentes, por mi perro, fotos de mi hijas,..., una personal... son públicas y privadas, la mía es privada,... linkedink me felicitaron 20 personas. El Twitter lo tengo pero no lo uso, no me gusta, había que dedicarle mucho trabajo, además los Tweets te llegan por otra parte y no me quiero enganchar”.

(Mujer, 36-45 años)

“Yo solo tengo Facebook y soy muy activo. Comparto sobre todo noticias relacionadas con el deporte. Alguna vez he compartido alguna fakenews y la verdad me he sentido mal. Otra cosa q me

gusta es el recordatorio de cumpleaños de los amigos, por qué con estas cabezas... jijiji. Es una manera de estar informado de la vida de amigos q no tienes mucho contacto y también estás informado constantemente con las noticias q se comparten. También lo he utilizado alguna vez para hacer quedadas con amigos”.

(Hombre, 36-45 años)

“Hoy día las RRSS funcionan como un altavoz de noticias que puede moverse como un reguero de pólvora en un momento dado. Yo utilizo Facebook normalmente para estar informado de las novedades y temas que surgen a mi alrededor, en el barrio, política, transporte, tecnología... es una manera rápida y ágil de conocer la noticia”

(Hombre, 46-55 años)

2. Perfil consumidor de contenidos:

Se trata de un participante que declara básicamente consumir contenido y no tanto crearlo. *“No soy activa, pero sigo a bastante gente”, “No soy muy de publicar”.*

Un perfil representando por la mayoría de la Comunidad de la muestra de adultos en nuestra investigación.

- Un adulto consumidor intenso de Facebook vinculado al entretenimiento, “cotilleo” y también usuario de Instagram para el conocimiento y aprendizaje de contenidos de interés como aficiones. Linkendin se usa para el consumo de contenidos de interés profesional.

“Mi opinión con respecto a las redes sociales ha cambiado mucho con los años. Hace años, la única red social que utilizaba (creo que tampoco había mucho más) era Facebook. Esta red social estaba más destinada a tener contactos que a noticias, información... por lo que en unos años dejé de usarla y de entrar. Mi visión entonces de otras redes sociales que iban apareciendo era que podía ser similar al Facebook, pero un día decidí probar Instagram y me gustó bastante ya que podía tener información sobre temas muy relacionados con las cosas que me interesan... He de decir que no soy activa en las redes pero sí sigo a bastante gente. Gracias a que utilizaba Instagram, y algunas tenían página o grupo en Facebook decidí darle una oportunidad y ahora me gusta más ya que hay menos "cotilleo" y más contenido. No he probado Twitter ya que dispongo de poco tiempo para ver las redes y con Face e Instagram invierto ya tiempo ;)En mi caso utilizo las redes sociales para aprender cosas, informarme de temas que me interesan, utilizo menos las redes sociales para informarme de las noticias, éstas las sigo viendo en la TV.”

(Mujer, 36-45 años)

“Las que mas uso son Facebook, Instagram y LinkedIn, las tres que más uso, en Twitter de vez en cuando pero no soy muy de publicar en Twitter, leo de vez en cuando, de las que más soy son de esas tres”.

(Mujer, 26-3 años5)

- Un adulto consumidor moderado en su uso de Facebook, muy vinculado al seguimiento de grupos de interés, aficiones e intereses.

Se trata de un participante que se ha alejado del uso de Facebook como canal de contacto y espacio para compartir lo íntimo y lo privado por la

pérdida de confiabilidad en esta RRSS; considerándolo además como canal de información de la actualidad social poco creíble.

“Yo tengo poco. Tengo Facebook, y creo que nada más. Porque el Whatsapp no sé si es una red social o no. Luego tuve Twitter lo que pasa es que estuve en una asociación cultural y yo llevaba el Facebook y el Twitter y ahí en Twitter era mucho más activa. Pero yo personalmente no lo tengo, lo desinstalé”.

(Mujer, 45-55 años)

“Actualmente las RRSS son una fuente muy importante de información y sobre todo de DESINFORMACIÓN y de transmisión de noticias falsas, (..) ahora es mucho más fácil su difusión por la cantidad de canales que todos tenemos a nuestro alcance, ahora cualquiera puede publicar lo que quiera, no se exige verificación ni contraste de la información. Por otro lado, hay una vertiente de la información en las RRSS que me parece muy interesante, y es la información de proximidad que se realiza a través de pequeños grupos, yo pertenezco a unos cuantos de estos en Facebook (aunque muchos me dicen que esta plataforma está muerta) y me ayudan a saber cosas de lugares que tengo lejos en el espacio, pero no en el corazón.”

(Hombre, 36-45)

3. Perfil durmiente adulto en RRSS.

7. El Blog Social

Se trata de un perfil adulto que se aleja de las RRSS buscando los contenidos que le interesan en otros canales, por tanto, no comparte contenidos de carácter íntimo y privado en Redes públicas.

Representan una minoría de la muestra de adultos de la investigación.

- Perfil adulto:

Es un usuario de Facebook de perfil bajo y con participación activa en Foros.

Whatsapp como Red social que permite el contacto de lo cercano y la interacción rápida en una conversación directa e inmediata.

Usa también LinkedIn para temas profesionales y consumir un contenido más especializado.

Por lo general tienen una clara pérdida de confianza en las RRSS como canales de información veraz y transparente.

“Yo solo uso Facebook con lo que no puedo hablar del resto de redes sociales. (...) yo, por ejemplo, entro muy poco en Facebook porque siento que pierdo miserablemente dos, tres horas en leer cosas que igual me podrían interesar pero que no...”.

(Hombre, 45-55 años)

“Yo en Whatsapp soy muy muy activo, más de los que quisiera a veces, pero es verdad que te mantiene en contacto con gente, con grupos, por afinidades y demás, pero Facebook realmente es... y, yo Instagram... bueno si, mis hijos lo tienen y lo veo y tal (..) Yo es

verdad que a mí no... y Twitter porque el día solo tiene 24 horas (...) y yo no puedo entrar en esto porque no voy a hacer otra cosa, porque todo me interesa y todo se va abriendo el abanico... entonces... por así decirlo yo entre comillas me impuse(...). Y Facebook al final es una corrala, para lo bueno y para lo malo.”

(Hombre, 45-55 años)

“Soy muy poco de utilizar RRSS, Facebook, linkedin, poco twitter... soy muy poco activo, un poco Facebook, tuve un tiempo más activo era mas joven, tenia más tiempo pero ahora no tengo tiempo, Facebook lo uso para páginas y enlaces de Foros de temas de Roma que me gusta, y entro y cotilleo, pero que yo hable y me meta poco, Twitter nada me parece horrible, Instagram no tengo, yo soy de prensa on line, todos los días un ratito a leer tres o cuatros”.

(Hombre, 36-45 años)

“La red social en la que soy más activo y la uso de consulta profesional es LinkedIn, en ella encuentro foros, artículos, grupos de temas profesionales que me interesan y que hace años habría sido muy difícil compartir si no fuera en congresos o cursos. También la utilizo para visualizarme como posible candidato a puesto de trabajo interesantes, algo que solo podía hacer en webs de empleo, etts o el inem.”

(Hombre, 36-45 años)

7.3. Análisis de la participación en el Blog Social

El análisis de la participación en el Blog social nos adentra en tres grandes bloques de conocimiento de la herramienta:

1. El análisis cuantitativo de la participación, post de entradas y comentarios.
2. En segundo lugar, se aborda el análisis cualitativo de la participación, contenido y tipo de comunicación escrita.
3. En tercer lugar, un bloque final de una muestra seleccionada de blogs.

Tres miradas al Blog Social que nos permitirán tener un alcance de la dimensión y potencial de esta herramienta.

7.3.1 Análisis cuantitativo de la participación

TABLA 4. Análisis de la participación en el Blog.
Comunidad Digital de hogares para el sector de telecomunicaciones (mayo 2018 – mayo 2019).

Participantes	Posts de entradas	Comentarios	Ratio de Comentarios/Post ^{5*}
1	64	74	1,156
2	47	154	3,277
3	43	289	6,721
4	34	63	1,853
5	33	98	2,970
6	30	212	7,067
7	27	52	1,926
8	25	115	4,600
9	25	86	3,440
10	24	54	2,250
11	20	32	1,600
12	20	23	1,150
13	19	18	0,947
14	18	37	2,056
15	18	19	1,056
16	17	27	1,588
17	14	329	23,500
18	14	12	0,857
19	11	91	8,273
20	11	48	4,364
21	11	23	2,091
22	10	18	1,800
23	9	30	3,333
24	8	87	10,875
25	7	70	10,000
26	7	16	2,286
27	7	5	0,714
28	5	24	4,800
29	5	24	4,800
30	5	10	2,000
31	3	22	7,333
32	1	3	3,000
Total post año	592	2165	
Media post año/ persona	18,5	67,7	
Media post mes/persona	1,5	5,6	
Intensidad alta	9,4	Intensidad media	18,8
Intensidad media/alta	21,9	Intensidad media/baja	15,6
		Intensidad baja	34,4

Fuente: elaboración propia.

^{5*} Ratio de proporción entre el post de entrada y los posts para comentar: el equilibrio entre el rol de creador de contenidos de entrada, el que inicia una conversación, versus al de comentarista de las entradas de otros. Una proporción equilibrada se mueve entorno al 1.

TABLA 5. Análisis de la participación en el Blog.
Comunidad digital de jóvenes para el sector de telecomunicaciones
(mayo 2019 – mayo 2020).

Participantes	Posts	Comentarios	Comentarios/post
1	52	39	0,75
2	25	32	1,28
3	23	48	2,09
4	22	162	7,36
5	9	17	1,89
6	8	17	2,13
7	8	27	3,38
8	7	10	1,43
9	7	3	0,43
10	6	1	0,17
11	6	7	1,17
12	6	11	1,83
13	5	3	0,60
14	4	20	5,00
15	4	1	0,25
16	3	3	1,00
17	3	6	2,00
18	3	0	0,00
19	2	0	0,00
20	2	1	0,50
21	2	3	1,50
22	2	3	1,50
23	2	0	0,00
24	1	0	0,00
25	1	1	1,00
26	1	0	0,00
Total post año	214	415	
Post al año por persona	8,2	16,0	
Media de post persona al mes	0,7	1,3	

Intensidad alta	3,7	Intensidad baja	85,2
Intensidad media/alta	11,1		

Fuente: elaboración propia.

El Blog Social es una herramienta de generación de contenidos que a lo largo del año genera un importante volumen de contenido de naturaleza voluntaria, es decir no responde a un objetivo concreto de investigación.

El Blog Social fue gestado como un espacio para generar “engagement” entre los miembros de la Comunidad Digital, un espacio abierto a la construcción de su propio relato y articulador de la conciencia de grupo. Una doble jugada se planteaba, el espacio de recreo, de desahogo, para hablar de sus cosas y el espacio de encuentro del grupo. Un espacio orgánico que vibrara según el pulso de los participantes.

El análisis de las interacciones y de los contenidos del Blog Social realizado en este proyecto de investigación de la Tesis, me ha amplificado la mirada hacia el Blog Social como un espacio de alto valor para el conocimiento de la persona informante, de sus intereses e inquietudes, siendo una herramienta que ayuda a comprender la intrahistoria que emerge en la narrativa del participante adquiriendo mayor conocimiento de quien habla. En este mayor conocimiento que permite su propia narrativa, tanto investigadores como participantes, van nutriendo el conocimiento de la identidad que van desarrollando de cada sujeto participante.

El análisis de las interacciones a lo largo de un año en la Comunidad nos proporciona claves de la dinámica que se genera en el Blog Social:

- Una minoría de participantes lidera la generación de contenidos.
- Una participación mayoritariamente reactiva, que se activa desde los comentarios a otros participantes.

7. El Blog Social

- Un espacio más dinámico e intenso entre la Comunidad Digital adulta que entre la Comunidad joven.
- Se identifican tres intensidades de participación en la Comunidad Digital:
 - Activos (30%). Sujetos muy activos en sus participaciones, con una intensidad de participación alta/media alta.
 - Participantes con fuerte presencia en el Blog Social con una media de entre 4 y 5 post de entrada (9.4% de participantes).
 - Participantes con una media de entre 3 y 2 post al mes (21.9% de participantes).

“Me gusta mucho escribir, pero también me gusta leer. No siempre respondo, pero siempre leo”

(Hombre, 20 a 24 años)

- Medios (34%). Sujetos que presentan una media de un post al mes. Un participante discreto a la hora de interactuar con el resto de las participantes. Intensidad de participación media-media/baja.
- Bajos (36%), con una intensidad menor de un post al mes. Intensidad de participación baja.

“Pienso que no es algo tan importante como el resto de herramientas, escribo como mucho una vez al mes, en los otros me doy prisa porque se que es importante para la Marca, pero cuando veo que es

el Blog pienso ya lo haré pasado mañana y no le doy importancia”.

(Mujer, 26 a 35 años)

Entre los jóvenes se han identificado dos perfiles polarizados en su intensidad en la participación en el Blog Social:

- Activos (25%), de intensidad media alta con una media de post de entrada entre 3 y 2 al mes y con un volumen alto de comentarios.
- Bajos (75%), con una actividad que no alcanza el post al mes y en algunos casos con ninguna intervención en comentarios.

“Mira a mi me pasa mucho que lo tengo muy vinculado al mail es un... una herramienta que no la tengo pendiente al diario entonces si que el mail, el mail si que si lo tengo muy presente diariamente y si me sale algún recordatoria digo venga voy a entrar y voy a mirar y sobre todo me centro más en las tareas que se que son más importantes para vosotros, para poder cumplir con cometidos que van surgiendo e ideas que tienen que presentar ee y pocas veces me he puesto a decir bueno voy a entrar en la blogosfera, a veces me fuerzo aa bueno voy a hacerlo porque para algo esta el espacio y veo ahí a todos mis compañeros comentando y generando temas y me parece que debo intentar y dar un pasito más y esforzarse, si no es algo que me salga tan natural esforzarme.”

(Mujer, 26 a 35 años)

7.3.2. Análisis cualitativo de la participación.

TABLA 6. Análisis de los contenidos en el Blog (I).
Comunidad digital de hogares para el sector de telecomunicaciones
(mayo 2018 – mayo 2019).

	B	R
1. Presentación de participantes	9	123
1.1. Bienvenida	8	117
1.2. Después del verano	1	6
2. Planes	20	75
2.1. Gastronomía	2	5
2.2. Viajes	12	47
2.3. Espectáculos	4	18
2.4. Eventos deportivos	1	3
2.5. Exposiciones	1	2
3. Aficiones	7	37
3.1. Fotografía	2	12
3.2. Deportes	4	21
3.3. Coleccionables	1	4
4. Mundo hijos/as	6	47
5. Actividad familiar	3	13
6. Meteorología	6	42
7. Crítico	3	25
8. Buenas experiencias	4	18
9. Fiestas populares	10	54
10. Fiestas familiares	4	6
11. Descubrimientos tecnológicos	17	108
11.1. RRSS	4	28
11.2. Soporte móvil	7	38
11.3. Inteligencia artificial	1	2
11.4. Automoción	2	23
11.5. Televisor	1	10
11.6. Naturaleza y tecnología	1	5
11.7. IoT	1	2
12. Recomendaciones	27	194
12.1. Las dan	14	91
12.2. Las piden	13	103
13. Comparaciones	4	17
14. Tarifas de telefonía	11	77

Fuente: Comunidad Digital Sector de Telecomunicaciones. Muestra 45 participantes. (Análisis e Investigación. Sensors Community)

TABLA 7. Análisis de los contenidos en el Blog (II).
Comunidad digital de hogares para el sector de Telecomunicaciones
(mayo 2018 – mayo 2019).

	B	R
15. Debates que derivan de las nuevas tecnologías	19	107
15.1. Adicción a las TIC	3	14
15.2. Protección de datos / privacidad	6	30
15.3. Chips para humanos	1	8
15.4. Cobros erróneos	1	6
15.5. Evolución TIC	2	12
15.6. Inteligencia artificial	1	3
15.7. Precios dispositivos tecnológicos	1	5
15.8. Data	1	9
15.9. Fallos en dispositivos electrónicos	3	20
16. Debates actualidad	58	314
16.1. Salud	3	19
16.2. Educación	3	13
16.3. Laboral	3	16
16.4. Medioambiente	3	14
16.5. Justicia / leyes	6	33
16.6. Testimonios de crímenes	1	3
16.7. Corrupción	1	4
16.8. Incendios	1	9
16.9. Deportes	9	53
16.10. Turismo	1	7
16.11. Economía	6	27
16.12. Precios	2	10
16.13. Impuestos	2	9
16.14. Violencia	4	20
16.15. Nacionalismo	2	10
16.16. Pensiones	1	10
16.17. Política	6	35
16.18. Seguridad	1	4
16.19. Monarquía	1	2
16.20. Arte	1	10
16.21. Otros	1	6
17. Curiosidades	31	195
17.1. Alimentación	5	30
17.2. Construcciones	5	31
17.3. Naturaleza	1	10
17.4. Infancia	2	12
17.5. Laboral	2	14
17.6. Comercial	6	48
17.7. Innovación	3	12
17.8. Anécdotas	4	24
17.9. Infracción de tráfico	1	7
17.10. Historia	2	7

Fuente: Comunidad Digital Sector de Telecomunicaciones. Muestra 45 participantes. (Análisis e Investigación. Sensors Community)

7. El Blog Social

En una aproximación a los contenidos que se comparten en el Blog Social de la Comunidad Digital adulta se observa la amplia variedad de temáticas compartidas, que nos trasladan desde momentos y situaciones vinculado a lo cotidiano de su entorno personal y familiar, hasta contenidos vinculado a lo social debates de actualidad, deporte, política y economía por destacar los más relevantes, configurando un territorio muy cercano a una RRSS como Facebook, por el tipo de contenido e interacción que se realiza.

Los contenidos que han tenido un nivel mayor de interacción dentro de la Comunidad Digital adulta durante el año analizado han sido:

- Debates sobre la actualidad del momento: deporte en primer lugar, seguido de política, economía y justicia, son las áreas de mayor interés entre los miembros de la Comunidad Digital para conversar.
- Debates y descubrimientos del mundo de la Tecnología.
- Curiosidades del mundo de la alimentación, construcción, comercial y marketing, anécdotas.
- Recomendaciones que se dan ante la demanda de información en temas muy diversos, como un viaje o la adquisición de un servicio o producto.

TABLA 8. Análisis de los contenidos del Blog de la Comunidad Digital de jóvenes para el sector de las telecomunicaciones (I), (mayo 2019 – mayo 2020).

		B	R
1. Presentación de participantes		9	23
	1.1. Bienvenida	7	18
	1.2. Después del verano	2	5
2. Planes		30	48
	2.1. Vacacionales	6	10
	2.2. Destinos	4	9
	2.3. Música & Festivales	2	2
	2.4. Eventos Promocionales	3	7
	2.5. Gaming	1	1
	2.6. Cotidianos	9	8
	2.7. Aventura	2	1
	2.8. Espectáculos	1	3
	2.9. Post Pandemia	2	7
3. Territorios y Aficiones		5	10
	3.1. Deportes	3	8
	3.2. Lectura	1	1
	3.3. Videojuegos	1	1
4. Experiencias académicas		11	24
5. Tendencias		12	12
6. Meteorología		6	9
7. Fiestas populares		9	15
8. Fiestas familiares		2	4
9. Descubrimientos tecnológicos		8	35
	9.1. Dispositivos y funcionalidades	2	14
	9.2. Aplicaciones y web	6	21
10. Recomendaciones		21	56
	10.1. Las dan	7	15
	10.2. Las piden	14	41
11. Juegos en el blog		1	2
12. Observatorio de cambios post pandemia		38	38

Fuente: Comunidad Digital Sector de Telecomunicaciones. Muestra: 27 participantes. Análisis e Investigación. Sensors Community.

TABLA 9. Análisis de los contenidos del Blog de la Comunidad Digital de jóvenes para el sector de las telecomunicaciones (II), (mayo 2019 – mayo 2020).

	B	R
13. Debates que derivan de las nuevas tecnologías	9	18
13.1. Batería de los Smartphones	1	1
13.2. Formación online	3	7
13.3. Influencers	1	4
13.4. Equipamiento tecnológico	1	3
13.5. Inteligencia artificial y robótica	1	1
13.6. Privacidad	1	1
13.7. 5G	1	1
14. Debates actualidad	73	189
14.1. Salud	9	26
14.2. Educación	2	9
14.3. Laboral/Emprendimiento	2	3
14.4. Medioambiente	6	13
14.5. Estilo de vida	3	13
14.6. Ocio	1	2
14.7. Tecnología	1	2
14.8. Deportes	12	27
14.9. Género	4	4
14.10. Entretenimiento TV	4	9
14.11. Cine	5	10
14.12. Series	3	7
14.13. Sucesos	4	16
14.14. Música	4	12
14.15. Política	4	14
14.16. Alimentación	5	10
14.17. Ética y moral	4	12
15. Curiosidades	24	14
15.1. Reconocimientos	1	4
15.2. Anécdotas	23	10

Fuente: Comunidad Digital Sector de Telecomunicaciones Muestra 27 participantes. Análisis e Investigación. Sensors Community.

En una aproximación a los contenidos que se comparten en el Blog Social de la Comunidad Digital joven se observa una gran variedad de temas desde la esfera más privada e íntima del participante, donde comparten su experiencia académica o sus próximos planes, hasta debates sociales de salud, deportes, medio ambiente o alimentación.

“La blogosfera es muy anárquica. Cada uno publica de lo suyo, de lo que mas le tira a cada uno entonces ves que uno pone me ha pasado esto y otros dicen hoy es el día de no se que y otros dicen cual es tu canción favorita... no se, hay de todo. Depende un poco de cada persona

(Hombre, 21-25 años)

Los contenidos que han tenido un nivel mayor de interacción dentro de la Comunidad Digital Joven durante el año analizado han sido:

- Debates sobre la actualidad del momento: deporte y salud (Covid-19) en un primer nivel, seguido de sucesos y medioambiente, son temas de mayor interés entre los miembros de la Comunidad Digital Joven.
- Planes y próximos destinos vacacionales.
- Descubrimientos tecnológicos, como aplicaciones y páginas web.
- Experiencias académicas, sobre todo en épocas de exámenes.

Pautas identificadas en la comunicación escrita del Blog Social:

- Las entradas tienen una extensión muy variable, desde media línea hasta 13 líneas.

7. El Blog Social

- Los jóvenes en sus entradas suelen ser más directos.
- El comentario de entrada suele ser directo con la exposición de la noticia acompañada por una reflexión personal y una despedida cordial.
- La mayoría de los posts que hablan de noticias van acompañadas con el link correspondiente.
- Hay entradas, las menos habituales, con formato de ‘correo electrónico’, con saludo al inicio, cuerpo del mensaje bien estructurado con párrafos y guiones, para finalmente, realizar una cariñosa despedida.
- La invitación al debate viene expresada desde una llamada a la acción, una pregunta para generar interacción: ¿Qué opináis? ¿Qué os parece? ¿Conocéis algo? ¿Os ha pasado? O “no sé qué opinareis compañeros”.
- Los más activos, entre el perfil más adulto, suelen hacer seguimiento de sus publicaciones, responde y agradece cualquier recomendación o consejo que le den, pero no es un comportamiento habitual para la mayoría.
- Las entradas no suelen ir acompañadas de material gráfico.
- El material gráfico es escaso y suele relatar un momento que quiere compartir de un viaje o un paseo, en relación con paisajes naturales o urbanos.
- Se utilizan guiños y emoticonos entre el target más joven.
- Tono cercano y respetuoso.

“Hombre, a mí lo que más es el blog. No sé, pero es lo que te digo que la gente comenta muchas cosas, hombre yo de fotos no soy mucho, pero hay gente que sí pone fotos y no sé, lo veo interesante. Yo lo leo todo y hay cosas que comento porque sé del tema a lo mejor y al leerlo, pues sí, estoy de acuerdo contigo llevas toda la razón. No sé si hablan no sé de política, son temas escabrosos y que muchas veces si no comentamos es mejor porque meterse, son fregados que no interesa más cuando no conoces a la gente, hay gente que se lo puede tomar a mal. Hay otras cosas que comenta alguien, pues he estado en no sé dónde y me lo he pasado muy bien, y tal, ¿pues qué le vas a decir? Pues para decirle me alegro mucho, pues no contesto. Pero sí, yo leerlo, los leo todos, luego unos los contesto y otros no y cuando veo algo que es interesante que yo he leído una noticia o esto mismo que dijisteis, poner lo que estáis haciendo, pues yo dije me pareció también, porque además me lo pasé mi bien arbitrando este campeonato de chicas porque nunca lo había hecho y la verdad es una cosa que me ha gustado y lo he comentado, entonces eso es lo que más hago pero leerlo, lo leo todo.”

(Hombre, 36-45 años)

“Me gusta la fotografía y me gusta mucho cuando suben fotografías de viajes, ay un compañero que había estado por Polonia en Cracovia y me llamo la atención porque casualmente íbamos a trabajar allí... todo el tema de viajes, fotografía es muy constructivo, o fines de semana, lugares también para visitar son cosas que te pueden llamar la atención, alguna vez, el año pasado estuvimos por Roma y en Paris y creo colgamos laguna foto y recomendando un poco que sitios se pueden visitar... aporta

distensión, le da agilidad a la Comunidad, también hay temas de tecnología que aportamos nosotros y dar algún guiño algún tema que nos gustaría que fuera tratado en profundidad”

(Hombre, 46-55 años)

“Muchas veces me da por escribir, dudas iba a comprar un móvil y saco más información que en otras”

(Mujer, 36-45 años)

7.3.3. Ejemplos de Blog Social

A través de estos ejemplos quiero mostrar el potencial del Blog Social como herramienta para la construcción de la identidad grupal e individual, y el juego de interacciones y discursos que se desarrollan en el ciberespacio de la Comunidad Digital.

A continuación, se expone una selección de post de entradas y comentarios en el Blog Social de la Comunidad Digital de adultos y de la Comunidad Digital de jóvenes.

Ejemplos de comunidad de adulto:

- Ejemplo 1. Asociado a debate de actualidad.
- Ejemplo 2. Asociado a debate de telecomunicaciones.
- Ejemplo 3. Compartir momentos personales.
- Ejemplo 4. Asociado a novedades en telecomunicaciones.
- Ejemplo 5. Asociado a compartir conocimiento histórico.

Ejemplo1 (adulto). Asociado a debate de actualidad.

Protestas de los agricultores por la subida SMI

Viendo en estos días las protestas de los agricultores por la subida del SMI y de la manera q les va a afectar. Les entiendo perfectamente. No se si al final el SMI Les afectará como ellos creen, pero lo q está claro es q algo lleva fallando mucho tiempo. No es normal q el kilo de patatas nos valga al consumidor un 700% más de lo q ellos lo cobran después de ese estar día tras día trabajando las tierras. Q las naranjas valgan un 600% etc.

También me ha sorprendido oír que hoy por hoy les pagan el kilo de patatas a 0,11 euros frente a los 0,22 q se les pagaba en 1993. Todo esto es surrealista y la verdad es q los políticos deberían de tomar cartas en el asunto por q es una vergüenza.

Saludos

 *Hola*

A mi lo que genera una sensación de tristeza horrible que en este mundo con una brecha cada vez más ancha entre los que más y menos tienen, una vez más la culpa la tenga el trabajador... Esto es para hacérselo ver no?.

Si sigues leyendo la noticia te dicen que el problema es de los intermediarios, pero el titular ya está ahí, el problemático es el trabajador...

El tema de los intermediarios da para mucho, porque es lógico que tienen que tener retribución por su trabajo, pero de ahí a la salvajada de entorno mafioso que utilizan (porque copan el mercado y si nos les vendes a ellos, no lo vendes. Ahí es donde el consumidor y el productor precisan protección, del estado, esté quien esté en el poder.

Y ya puestos, un poquito de responsabilidad también nos alcanza a nosotros como consumidores. No se en otros sitios pero en la Comunidad de Madrid, pueblan las fruterías superbaratas, que ya imagino los controles sanitarios que tienen. Por otro lado, durante mucho tiempo nos ha encantado comprar lo más barato aunque no sepa a nada la fruta....

En fin que ésto es el capitalismo. Al final todos tenemos cosas que gritar y callar, pero al final el rico es rico y el resto.... pues eso

Buen finde



Difícil solución, es verdad que los intermediarios son un problema, pero ¿cómo llegarían a nosotros los productos del campo sin ellos? ¿Irámos nosotros todas las semanas de finca en finca para comprar patatas en un sitio, huevos en otro, zanahorias en otro, pollos más allá....?



El problema no son los intermediarios, el problema es que somos todos muy modernos y muy liberales, y este liberalismo termina en desigualdad y empobrecimiento de muchos sectores. Hay determinados mercados como los alimentos y la vivienda que son derechos constitucionales y se debería regular ese mercado prohibiendo la especulación con esos productos.



Una lástima que pagamos los precios tan elevados, por lo que cobran ellos, por muchos intermediarios que hayan.



Completamente de acuerdo.

No ayudan ni a agricultores ni a ganaderos, y al final salimos perdiendo todos.

Lo de cooperativas de venta directa sería estupendo, pero ya que tendrían unos horarios más limitados, tampoco es justo que cobren lo mismo que en un supermercado (existe algo así como "la colmena que dice sí", pero los precios son de locos).



El problema son los intermediarios y costes de transporte, entre otros. La solución sería crear cooperativas de venta directa a consumidores Km cero, del campo de tu comarca a tu mesa de un día para otro.

Ejemplo 2, (adulto). Asociado a debate de telecomunicaciones.

MI FIJO SIEMPRE FIJO ;)

En mi casa tenemos un fijo, que como a todos, te obligan a poner con la conexión de internet. Como teníamos el número asignado compramos un fijo inalámbrico (que cada vez se parecen más en tamaño a los móviles), y aunque tienes todas las llamadas que quieras... no lo utilizamos nada. De echo, alguna vez nos llama (sólo llama mi madre) y nos resulta extraño porque no conocemos el timbre! jajaja.. Mi fijo siempre está fijo en la base, apenas lo movemos y por supuesto no me sé el número de teléfono. El otro día una compañera me comentaba que aunque le habían dado un número fijo no tenía teléfono comprado... Por eso me pregunto por qué todavía lo siguen dando como un extra cuando mucha gente no lo utilizamos apenas, de echo preferiría no tenerlo. entiendo que la gente mayor sigue siendo de fijo pero en todas las operadoras que ofrecen internet te ponen el fijo sin poder tener la opción de no cogerlo. ¿vosotros lo utilizáis?

Nosotros estamos acostumbrados a hacer las llamadas familiares a través del teléfono fijo, sólo por hábito , por lo que si su eliminación supusiera un ahorro en mi factura , lo eliminaría seguro .



Yo no lo uso y mis hijas adolescentes menos



Siempre lo he pensado... Si pudiera reducir la factura teniendo Internet sin fijo sin duda lo eliminaría de mi paquete fusión ya que no lo utilizamos absolutamente nada.



Yo no lo utilizo nunca, la verdad.



Es cierto, la llamada suele ser mas clara con el fijo.



... y a dónde van a llamar las madres si no..... jajajajaja



En mi casa siempre utilizamos el fijo para llamar a otros fijos, la comunicación es mucho más clara.



A nosotros nos pasa lo mismo, el fijo a penas lo utilizamos, sólo con los padres y alguna llamada que te es más fácil coger el fijo que el móvil.



Nosotros lo utilizamos siempre para llamar a teléfonos fijos, estamos acostumbrados y nos resulta más cómodo.

7. El Blog Social



Si conlleva un gasto meno lo eliminaría...hace años que no lo hacemos servir....creo que la única vez que o cogemo en las manos es para sacar el polvo ;)



A mi me pasa como a ti, solo me llaman mis padres y familiares que son mayores.

de todas maneras va bien tenerlo, muchas veces segun el tramite que tengas que hacer te piden el fijo y el movil, pero realmente no se utiza apenas.

Saludos.


Ejemplo 3 (adulto). Compartir momentos personales.

¡A por bellotas!

Llega otro otoño, tan bonitos como todos los demás.... Este fin de semana hemos salido a recoger bellotas para sembrarlas y criar pequeños robles que plantaremos en primavera para repoblar algunos bosques de Vizcaya.

Dejo unas fotitos



 *Genial iniciativa y unas fotos preciosas.*

Yo lo he propuesto en el pueblo, a ver si lo logramos, porque estamos limpiando el campo, las fuentes, los pilones, y esto me parece muy buena idea, aunque ya han salido quien dicen que no se debe hacer porque habrá más incendios y no sé que...



Que lindo paseo y que buen ejemplo para todos!

Enhorabuena por esa acción para nuestro planeta! En vez de tantas quejas eso es lo que deberían hacer todos!



Que chulo ...una idea preciosa !



Me parece una idea estupenda.



Que Idea tan bonita!!!



Es genial, que cada uno aporte su grano de arena y plante un árbol.

Ejemplo 4 (adulto). Asociado a novedades en telecomunicaciones.

EL PRINCIPIO DEL FIN DE LA FALTA DE COBERTURA EN TU DISPOSITIVO

Telefónica se alía con las principales operadoras mundiales para probar un nuevo sistema de cobertura de radio que abandona las torres terrestres para dotar de cobertura a grandes extensiones de tierra desde la estratosfera, utilizando globos aerostáticos o grandes planeadores eléctricos que sobrevolarán durante meses la tierra a 20 km. de altura.

<https://www.expansion.com/economia-digital/innovacion/2020/02/26/5e552d10e5fdeafe4d8b45a7.html>



Me parece una excelente idea. Seguro q con ellos muchas pequeñas poblaciones tendrían la cobertura q no tienen ahora.



Si eso contribuye a que en la gran mayoría del medio rural español haya cobertura, bienvenido sea, pues sería un buen empleo de la tecnología poder ofrecer oportunidades tanto de negocio, de ocio como de seguridad a tanto kilómetro cuadrado de la que actualmente carecen

Todo lo que sea avanzar y mejorar, bienvenido sea



Pues a ver que tal resulta, igual resulta que abarca más territorio y la calidad de la cobertura mejora.

Ejemplo 5 (adulto). Asociado a compartir conocimiento histórico.

CUANDO EN HIPANIA SE FABRICABAN LOS CRISTALES DE ROMA

Hubo un tiempo, hace mucho claro, que en nuestro subsuelo se extraía el Lapis Specularis, el cristal de Hispania, que abastecía a todo el mundo romano para la fabricación de cristales de ventanas, esto hizo florecer grandes ciudades, pueblos y asentamientos.

Pero la especialización en este material llevó a la ruina a estas mismas ciudades allá por el siglo II cuando se descubrió o aprendió a laminar el vidrio (el soplado ya se realizaba siglos atrás).

Estuvimos visitando él fin de semana varios yacimientos en la provincia de Cuenca, la ciudad de Valeria, la villa de Noheda, la mina de Lapis de la Mora encantanda, la ciudad de Segóbriga....muy, muy recomendable, muy interesante.

No dejéis de estudiar, comprender y visitar nuestro pasado



Que bonito y que interesante, gracias por compartirlo.



Muy interesante el comentario ...has despertado mi curiosidad , buscaré y leeré sobre el tema .Gracias!



Muy interesante! Gracias!



Vaya, un aspecto y una actividad del pasado que desconocia totalmente, graias para difundir la noticia historica.



Comentarios muy interesantes Gracias



Muy interesante...



Gracias por recordarme que saque tiempo para leer y visitar antiguedades.



Nunca te acostaras sin saber algo mas . Gracias

Ejemplos de comunidad joven:

- Ejemplo 6. Asociado a debate de actualidad.
- Ejemplo 7. Asociado a compartir experiencia.
- Ejemplo 8. Asociado a compartir experiencia.

Ejemplo 6 (joven). Asociado a debate de actualidad.

11F: Día de la mujer y la niña en la ciencia

A veces, como en este caso, es necesario reforzar situaciones de desventaja, como la que pueden vivir las mujeres dentro del mundo científico y académico (aunque aparentemente gente formada y educada no debería ofrecer discriminación alguna). 😊

Hoy se recuerda que durante muchos siglos no os fue posible, mujeres, estudiar e investigar sólo por serlo. No creo que jamás se llegue a un 50%H-50%M exacto en ningún ámbito, porque a parte del sexo hay intereses individuales. Sin embargo, si os llama la atención la ciencia y la investigación (por cierto, también hay ciencia social, como yo estudio. No son sólo mates y física) yo os animo y os doy todo mi apoyo para que luchéis por ello. 🙌 La idea es que cada persona no tenga obstáculos por características como el sexo, la religión, la edad, etc. Creo que todos queremos un mundo con menos barreras y más oportunidades. ❤️



No es cuestión de estar formado o no la de discriminar. Por desgracia las mujeres parimos, y mientras seamos las principales encargadas de los niños y de las tareas del hogar, nunca habrá igualdad. Mi tío que es médico cuenta que claro, en un puesto público hombres y mujeres cobran lo mismo a igualdad de jornada, pero ante una cirugía urgente, que exige horas extra, llaman antes a un hombre que a una mujer porque se presupone que ésta está dedicándose a sus hijos y va a tener más problemas. Así es como crece la brecha salarial, porque seguimos perpetuando de manera inconsciente los roles de género.

Ejemplo 7 (Joven). Asociado a compartir experiencia.

Photoshop

Hola chicos, hoy os vengo a contar mi experiencia con el Photoshop, la verdad es que no llevo mucho tiempo usándolo y no soy el mejor ni mucho menos jajaj pero me parece muy interesante y luego muy satisfactorio cuando ves las fotos , si alguien le gusta pero tiene la duda de si empezar a usarlo o no le diría que lo hiciera porque a mi también me pasaba y con buenos vídeos de YouTube puedes hacer grandes cosas.



Gracias por la recomendación!



Si es una maravilla. Yo llevo usando un poco mas de dos años Adobe Photoshop Lightroom para vender mis fotos y lo recomiendo muchísimo. Tiene muchas funciones.

Ejemplo 8 (Joven). Asociado a compartir experiencia.

El mundo de la actuación.

Hola chicos hoy os voy a contar el duro tabardo de ser actor , doble , etc... yo desde hace un año estoy en una agencia de modelos y he hecho 4 anuncios y sesiones de fotos para lugares reconocidos, pero detrás de la parte bonita es un mundo muy muy duro ya que son horas horas y horas de duro trabajo.



En España está muy mal pagado y además súper difícil encontrarse con agencias justas y profesionales. Desde hace unos años vivo en Inglaterra y la verdad que allí la cosa es diferente tampoco es que sea súper fácil, pero sí que hay muchos castings serios y trabajo remunerado de verdad. Además sí que valoran tu CV y si eres actor en qué escuela/universidad de arte dramático has estudiado.



La verdad es que es difícil llegar lejos en ese mundo.



No veas. Es muy duro. Yo he trabajado de actriz en un par de musicales, que supongo que será similar, y ya no es solo que te cojan, es que los ensayos se solían alargar hasta las 12 de la noche, es súper cansado y luego espérate a que te paguen porque a veces al principio dicen que te van a pagar y luego te dan mil problemas.

7.4. Análisis del discurso sobre la percepción de la experiencia

Desde el análisis del discurso se han identificado tres actitudes hacia la blogosfera que están estrechamente relacionados con el vínculo que el sujeto participante tiene con la Comunidad Digital.

El Blog Social alimenta una dimensión motivacional que está fuertemente vinculada al desarrollo del vínculo relacional y de conocimiento. Desde esta herramienta la Comunidad se configura básicamente como un espacio de entretenimiento muy vinculado a perfiles adultos y a perfiles de naturaleza exploradora y cumplidora.

“El tema de la blogosfera te permite conocer a gente y como es la vida de la gente, me parece entretenido, es como un recurso, como un Facebook y como que vas conociendo a la gente, y nos contestamos”

(Mujer, 26-35)

“Soy muy curiosa, lo busco todo, búsqueda de información, me nutre mucho la información... me gusta mucho.”

(Mujer, 36-45)

“Me gusta bastante, más que el Diario, es un Foro abierto, puedes leer a los demás, ver si coincide o ver si hay algo que no me había dado cuenta”

(Hombre, 14-17)

7. El Blog Social

El Blog Social es el espacio propio de la comunidad, la expresión libre, donde el sujeto crea una narrativa personal, propia, de las cosas que le interesan. Un espacio donde expresarse y enriquecerse con los relatos creados por el resto de los compañeros.

“El Blog es ...libertad de expresión. Sí, sí, nos dejáis, podéis poner lo que queráis y de hecho la gente pone lo que quiere”

(Hombre, 46, 55 años)

“A mí me gusta utilizarla cuando veo algo que me llama la atención, algo que quiero compartir, sería como la página principal donde puedes expresar tus inquietudes, esa sería la blogosfera para mí.”

(Mujer, 36 - 45 años)

El Blog es un espacio para el conocimiento heterogéneo, transparente y honesto. Es el conocimiento desde la diversidad.

“Lo que más me gusta es la blogosfera, cada uno pone lo que quiera y vas viendo novedades, te vas informando de las noticias, es como un poco más libre... voy a la calle y veo lo del 6 G y dije esto hay que contarlo.”

(Mujer, 26-35 años)

“Como la gente se animó con el tema político dije vamos a poner algo, pero como no tengo mucho que ver con alguno y dije vamos a poner poco para evitar enfrentamientos.”

(Mujer, 26-35 años)

“Es como un Facebook veo la gente que piensa, los temas de actualidad, es un extra, la temperatura de España, me gusta, otra opinión que no tendría con mis amigos, un punto de vista diverso a lo que yo tendría por mi cuenta, único”

(Mujer, 36-45)

Pero el Blog Social es un espacio también para el encuentro con el grupo, con otro que desvela una identidad desde su relato. Una oportunidad para el encuentro más personal con el resto de participantes, desde lo informal, sin normas, pautado por ellos.

“Yo lo que veo es eso que hay gente como esta chica que no la conoces porque yo no la conozco, bueno por comentarios suyos sé que está en contra del maltrato animal, con una serie de cosas que yo he ido leyendo de ella pero no la conozco realmente. Pero sí, por lo menos es la única manera que puedes, hombre si somos muchos a todos no los puedes conocer pero si te quedas con algunos nombres que son los que más suelen escribir”

(Hombre, 36-45)

“Ehmmm, el blog me gusta mucho porque es muy abierto y cada uno expone. Es lo que hablaba antes, es lo que más me gusta para conocer a las personas que están dentro. Ya que no nos conocemos físicamente me gusta saber lo que hacen, piensan, comparten. La que más me gusta es el Blog por eso a veo igual más dinámica, más divertida, más como somos cada uno.”

(Mujer, 46-55)

7. El Blog Social

“Una intimidad para el grupo, porque al final cuando estás tantos meses en la Comunidad necesitas desconectar de vez en cuando, hablar con la gente de otras cosas para liberar la cabeza y decir bueno, por hoy he acabado esto, me voy un rato a la blogosfera y hablo de cosas que me han pasado hoy o que me gustan, o de un concierto... y eso ayuda mucho a conocer a tus compañeros, a que te cuenten sus experiencias, y a compartir tus vivencias y tus cosas con gente, ya te digo, más o menos de tu edad, después de haber terminado lo que tenías que decir o tenías que hacer en la Comunidad. Es ese espacio de relax, ese espacio de desconexión, de rato libre, ese recreo”.

(Hombre, 22-25)

Entro en la comprensión de las tres actitudes identificadas en la relación con el Blog Social, y en la valoración que se hace como herramienta:

1. Actitud entusiasta: Un sujeto que se acerca al Blog social desde el entusiasmo, *“es mi espacio favorito”*. El Blog como ágora de la Comunidad Digital.
 - Una oportunidad única para encontrar la diversidad y ampliar la mirada de su entorno.
 - Un espacio que emula a la RRSS en su dinamismo y capacidad de ser un termómetro de la actualidad social.
 - Un espacio donde estar al día de la actualidad e innovación tecnológica.
 - Un espacio de confiabilidad donde pedir consejo.
 - Un espacio de intimidad donde compartir experiencias.

“Muchas veces me da por escribir, dudas iba a comprar un móvil y saco más información que en otras”.

(Mujer, 36-45)

Un participante adulto que emula su comportamiento en las RRSS como creador o consumidor de contenidos siguiéndole el pulso, desde la entrada de contenidos, haciendo comentarios o simplemente leyendo el Blog.

Un participante que incorpora el Blog Social a la cotidianidad de sus usos en RRSS, interiorizando la herramienta y situándola fuera del compromiso de la tarea. Desde esta función al Blog se le otorga una cualidad vital para la Comunidad Digital: dinamismo.

“Sí, sí, yo me meto con mucha frecuencia lo que pasa es que unas veces escribo y otras leo, no siempre escribo porque escribir por escribir sería una tontería. En el Facebook tampoco escribo. En el Facebook yo me meto en mi perfil y muchas veces leo a la gente que tengo como amigos, cuelgan cosas, noticias, unas veces compartes, otras comentas, otras simplemente ves y ya está.”

(Hombre, 36-45)

La actitud entusiasta se ha identificado en todos los perfiles, excepto en el explorador, y ha adquirido especial importancia en el perfil trascendente, tanto en el target adulto como joven, que encuentran en el Blog un espacio propio y único para expresarse y comunicarse. Un usuario adulto trascendente, que activa en el Blog un rol de creador de contenidos que en las RRSS ya estaba agotado. Un perfil adolescente, que vuelca en la Comunidad Digital sus grandes necesidades de expresión y de comunicación.

7. El Blog Social

Una participación con pocos recursos gráficos entre un target adulto que no tiene incorporada la comunicación gráfica a su interacción cotidiana a diferencia de los jóvenes, que además se justifica desde las limitaciones que encuentra en la herramienta, y que finalmente se frena desde los miedos adquiridos en el uso de imágenes en RRRSS, manteniendo una actitud de alerta en la custodia permanentemente de su privacidad.

“No sé porque como no soy de fotos, es que nunca me han gustado (...) soy muy perro con el tema de las fotografías, es que, venga ponte, que te hago una, déjame no quiero fotos. No suelo hacer fotos, lo que sí una vez esa que colgué me costó, no sé por qué, fue desde el móvil la verdad, a lo mejor la aplicación no iba ese día pero si es verdad que no soy mucho.”

(Hombre 36 -45 años)

Se detectan problemas de instantaneidad que potencie la interacción y el flujo de comunicación, así como la necesidad inmediata de entrar en el Blog.

“Mensajes de si alguien te contesta o no te contesta entonces tú si quieres ver, yo por ejemplo el otro día, ¿ayer fue? O antes de ayer, escribí que había estado en un Campeonato de fútbol 7 femenino y si tú quieres ver si alguien te ha contestado te tienes que meter y buscar el comentario y leer. Vi que había dos comentarios, los leí, me gusta saber también la gente que opina”

(Hombre, 36-45 años)

2. Actitud selectiva: Un sujeto crítico hacia el contenido indiscriminado que se vierte en el Blog de carácter poco interesante y estimulante. El discurso de

protesta o superficial alejan el interés hacia el espacio. El Blog como Torre de Babel donde la capacidad de comunicarse es cuestionada.

“Si... hombre, tiene mucho sentido la Blogosfera... el primer día que la ves piensas... tiene que ser por algo... si, pero es verdad que personalmente eh... yo por ejemplo Twitter no tengo, Instagram tampoco... en la Blogosfera es un espacio de pues eso... a ve, me gusta porque es más honesto que los periódicos... un poco al hilo de lo que os acababa de decir... eh hay blogs que... disculpadme... pero son infumables, de que esto no me lo leo, generalmente van asociadas a algún tipo de queja como muy del grito en el cielo, como muy de bufff me cuesta... alguno he visto por allí de “es que no hay derecho”, “una vez más que bufff... pero hay algunos que realmente son que joder, que ponen oye que he visto esto en un periódico que tal y vas y dices, tío gracias, porque me ha interesado un montón, hay gente... por lo que decías, por empatía personal aunque no lo conozcas, tu ya le ves el logo como yo digo, el avatar, ... pues que tiendes más a leerlo, por la forma de hacerlo o por los temas que trata... aunque no conoces si que generas empatías...”

(Hombre 46-55 años)

“... quizás a una Torre de Babel porque hay veces que no tengo muy claro que nos estemos comunicando...”

(Hombre, 46-55 años)

“No me interesa tanto, alguna vez entro, veo el tema, muchos con esos de he visto el enlace y no me meo, yo los que pongo son muy

escogidos, no veo el tema, parece que la blogosfera se usa indiscriminadamente, los móviles, es como lo primero que se ocurre, yo lo veo más selecto, para temas más elaborados, más escogidos, la discreción , lo primero que veo en Internet lo comparto aunque sea un rollo... yo soy el raruno, los temas que he puesto, son históricos, una vista cultural a unas ruinas romanas, las 5 o 6 son que si el Brexit, ... esto no le interesa a nada, busco que lo que sea algo más profundo... hay un perfil de una persona mayor que hace cosas con barro parece que pone cosillas más... pero normalmente no veo nada así parecido a mi... luego hay gente que dice nos hemos ido de puente a Segovia, lo entro y lo leo por si han puesto fotos delos monumentos, pero me gusta más si hay cosas históricas, lo queme gusta a mi, o noticas políticas como el brexit.”

(Hombre, 36-45 años)

Un sujeto que, a pesar de su discurso crítico hacia el Blog, lo incorpora a su cotidianeidad desde la selección de lecturas y de intervenciones. Una actitud muy vinculada al perfil explorador que busca en la herramienta un espacio estimulante y de mucho interés, alejado de la exposición social y el cotilleo.

“Entro casi todo los días , aunque no opino, entro lo leo, estoy de vouyeor, lanzo pocos temas”

(Hombre, 36-45 años)

“No tengo la necesidad de me voy de viaje y lo cuento todo con mil fotos”.

(Hombre, 46-55 años)

3. Actitud de lejanía: Un sujeto joven que encuentra dificultades para incorporar el Blog a su cotidianeidad por la lejanía con sus usos digitales habituales, donde lo visual, la inmediatez y la alta accesibilidad son protagonistas de sus interacciones digitales, realizadas fundamentalmente desde sus dispositivos móviles.

“Bueno por ejemplo lo de la blogosfera es una de las herramientas que menos me seduce participar porque bueno es un tema también del orden luego en sí mismo la plataforma amigable pero que personalmente me gustaría que fuese un poco más que a veces parece una hoja en blanco con poco diseño (...) funcionamientos de la pagina que podrían ser más dinámicas y efectivas, si como mas milenial tal vez”

(Mujer, 26-35 años)

“También hay menos interacción que en el foro que se plantea un tema y opinamos todos y el otro es más si quieres, que también está muy bien, pero es el que a mi realmente me cuesta más.”

(Mujer, 26-35)

“No se centra en la imagen como Instagram, es mas lo que tu comentas y posteas.”

(Hombre, 18-21)

Un joven, fundamentalmente adulto, que siente que no puede emular el uso del Blog a sus usos en RRSS además por la dificultad en reproducir contenidos, de

7. El Blog Social

carácter más cercano, en una Red que para ellos tiene un objetivo claro de investigación. El Blog Social se califica como un espacio anárquico, demasiado heterogéneo, con dificultad de aunar intereses.

“La blogosfera es muy anárquica. Cada uno publica de lo suyo, de de lo que más le tira a cada uno entonces ves que uno pone me ha pasado esto y otros dicen hoy es el día de no sé qué y otros dicen cuál es tu canción favorita... no sé , hay.. todo. Depende un poco de cada persona.”

(Hombre, 18-21)

“La que más me cuesta sería la blogosfera, pero no por sí mismo la herramienta sino porque igual a veces se plantean ideas muy diferentes y tal vez no estamos todos tan pendientes de la misma pero si igual hubiese una línea para seguir porque me parece que lo que pasa en la blogosfera es que somos nosotros más los que proponemos el tema y.. como que te pierdes con que es la prioridad y que tema me interés más, a que respondo a quien.”

(Mujer, 18-25)

Un sujeto joven que reconoce la falta de espontaneidad en sus entradas en los blogs, un espacio de carácter más reflexivo que las RRSS, aspecto que frena la instantaneidad del post.

“Un Twitter sin tanta espontaneidad y o tanto de contar tu vida, en el Blog de la Comunidad Digital, te lo piensas más.”

(Hombre, 18-21)

“Los comentarios en Twitter o Facebook suelen ser mucho más cortos, en la Comunidad Digital es todo mucho mas extenso, en la RRSS no es tanto centrarse a escribir sobre algo”

(Hombre, 22-25)

“En la blogosfera tu abres un tema y esperas que la gente intervenga para que te digan que les parece... en RRRS suele haber contestaciones de like, RT o compartir, pero no tanto debate, no he visto nada así en las RRRSS”

(Hombre, 18- 22)

TABLA 10. Intensidad de participación por perfiles del vínculo y perfiles en usos de RRSS.

Perfiles por naturaleza del vínculo en la Comunidad Digital				
	Trascendente (2)		Transformador (3)	
Perfiles de uso en RRSS	Joven	Adulto/a	Joven	Adulto/a
Perfil creador de contenidos	1 (M)		1(H)/1(M)	1 (H)
Perfil consumo de contenidos		1 (M)		
Perfil bajo				
Perfiles por naturaleza del vínculo en la Comunidad Digital				
	Explorador (6)		Cumplidor (7)	
Perfiles de uso en RRSS	Joven	Adulto	Joven	Adulto
Perfil creador de contenidos	1 (H)	1 (M)	2(H)/2(M)	1 (M)
	1 (H)	1(M)		1 (H)
Perfil consumo de contenidos				1 (M)
Perfil bajo		2 (H)		

Fuente: Elaboración propia.

8. EL FORO

8.1. Definición de la herramienta.

8.2. Contexto de partida.

8.3. Análisis de la participación en la Comunidad Digital.

8.4. Análisis del discurso sobre la percepción de la experiencia.

8. El Foro

Iniciamos el análisis de la herramienta del Foro de la Comunidad Digital y con ello avanzamos en la dimensión metodológica que plantea la Comunidad Digital, así como a los retos a los que se enfrenta.

En un primer apartado entramos en la definición de la herramienta con la descripción de las normas que la regulan y de la función que cumple dentro de la Comunidad Digital.

En un segundo apartado se aborda el análisis de dos escenarios de interacción grupal, por una parte, el Foro de grupos de interés como espacios de encuentro virtual de personas, y por otra parte los grupos de discusión como espacio presencial donde las personas se agrupan para abordar un proceso de investigación cualitativa. Desde el análisis de ambos escenarios, hemos clarificado y amplificado el papel y potencial del Foro de la Comunidad Digital.

El tercer apartado es una invitación a una reflexión cuantitativa y cualitativa de la dinámica de interacción que en estas Comunidades digitales se ha producido desde la herramienta del Foro en el periodo de un año.

El último apartado nos adentra en la experiencia del sujeto participante en los Foros de la Comunidad Digital, en el valor que le otorga y en las pautas que rigen su uso.

8.1. Definición de la herramienta

A continuación, hacemos una descripción de las características más relevantes que definen al Foro como herramienta de investigación social dentro del contexto de una Comunidad Digital:

- El Foro es un espacio para compartir e intercambiar opiniones de diferentes objetivos que pueda plantear la investigación.
- Es un espacio abierto a toda la Comunidad Digital para interactuar todos los participantes juntos o en grupos segmentados, según lo requiera el objetivo de la investigación.
- Esta herramienta aborda objetivos concretos de investigación, con una moderación que marca la pauta de la conversación.
- A través de esta herramienta se activa la capacidad argumentativa y colaborativa del participante porque se encuentra en un espacio abierto a diversas y múltiples opiniones para contrastarlas y desafiarlas en lo que podríamos denominar el marco de una conversación virtual. Es por tanto un espacio para dialogar, para ir mostrando las líneas discursivas del acuerdo y desacuerdo, encuentros y desencuentros, consensos y disensos en las opiniones ofrecidas por cada participante.
- Con lo ya anotado, con el Foro se logra el ansiado encuentro grupal, donde cada participante se encuentra con otros, siendo esto elemento clave de la construcción de la identidad grupal.

8. El Foro

- Con esta herramienta cada participante tiene la oportunidad de construirse su propia identidad y además registra la identidad que él presupone a cada uno de los participantes.
- En el Foro se siembra un material discursivo dependiente siempre de la norma establecida para su desarrollo que fija el moderador.
- El rol del moderador debe propiciar el intercambio de ideas, contrastando opiniones y la generación de conclusiones, teniendo en cuenta las características de cada Comunidad Digital: en lo referente a edad, intereses comunes, momentos vitales, etc. Además, debe de custodiar que el sujeto hable desde una posición de libertad que le permita huir de argumentos automatizados y aprehendidos.
- De la experiencia con los Foros en las Comunidades Digitales, desde un año hasta siete años, en las investigaciones consideradas en esta tesis se genera un libro/documento donde quedan registradas todas las intervenciones que se han realizado en esta herramienta y que han necesitado de la interacción grupal para la consecución de objetivos. Señalamos las más usadas, si bien son más numerosas las registradas como veremos más adelante:
 - Evaluar propuestas desarrolladas como test de producto, test de publicidad, test de tarifas, test de propuestas de servicios, test de naming, etc.
 - Estudios de imagen y posicionamiento.
 - Desarrollo de procesos de innovación.

En síntesis, el Foro tiene una vocación clara, y es ser un laboratorio para la producción de consenso, como diría Jesús Ibáñez sobre el grupo de discusión.

En los últimos tiempos, el Foro es un espacio abierto a la experimentación en procesos de cocreación, un espacio de estimulación que permite llevar al sujeto hacia posiciones mentales divergentes, que le propicien conectar con el desarrollo de procesos más innovadores y creativos. Una evolución natural hacia lo digital, también de los procesos de cocreación.

8.2. Dinámicas de interacción grupal: foros de Internet y grupos de discusión

Entrar en la comprensión del Foro, en su papel y valor como herramienta de investigación social inscrita en el contexto de una Comunidad Digital es adentrarnos en dos grandes escenarios donde se desarrollan dinámicas de interacción grupal. Por una parte, los Foros de grupos de interés de Internet, un escenario digital para el encuentro e intercambio de conocimiento, y por otro lado el grupo de discusión como escenario presencial donde se producen discursos para la investigación social.

A continuación, entramos en un breve análisis de las dinámicas de interacción que se generan en estos dos escenarios y que han sido fuente de inspiración para el desarrollo de la herramienta del Foro de la Comunidad Digital.

8.2.1. Foros de grupos de interés: una dinámica digital asincrónica para el encuentro y la conexión con personas afines con las que compartir conocimiento

El Foro de grupos de interés en Internet es un espacio digital para el encuentro a través del diálogo entre internautas. Un espacio donde compartir conocimiento y facilitar el acceso al mismo sin barreras espaciales y/o temporales.

Es, por lo tanto, una herramienta de comunicación grupal asincrónica entre personas anónimas que no tienen por qué coincidir en un tiempo concreto. En estos Foro de grupos de interés no hay una invitación para entrar, el acceso es libre a través tableros que muestran una variedad de temas y en los que se dejan los mensajes en los diferentes hilos que haya abierto.

Se trata de un espacio poco normativo donde el sujeto interacciona a través de su propia decisión de participación (no es invitado, no es seleccionado), apoyándose en una dinámica libre, sin moderación, sin un tiempo referenciado de inicio y clausura, un espacio en el que se entra y se sale acorde a sus propios intereses.

Los Foros de grupo de interés tienen poca relevancia entre los participantes de la muestra seleccionada en esta investigación; en perfiles exploradores adultos y jóvenes que buscan en los Foros el intercambio de información especializada encontramos el perfil más activo. Un sujeto que acude puntualmente a estos espacios web para resolver dudas y/o intercambiar opiniones sobre contenidos de interés como tecnología, música, deporte, fotografía o videojuegos, etc.

Este tipo de Foros propicia un marco relacional frío desde las consultas puntuales de interacciones intermitentes, hasta una incursión más continuada en el tiempo. Estos Foros otorgan al sujeto la posibilidad de conectar con personas afines y ser un escenario para el encuentro con personas a las que el sujeto otorga auctoritas⁶ (autoridad en lo que dice, en lo que trasmite al decir), creando el deseo de conectar con ellas y crear un espacio para el cultivo de relaciones personales.

“Yo toco la guitarra y dentro de mis hobbies es hacer aparatos electrónicos para que suenen la guitarra, amplificadores a válvulas antiguos, allí llevo como 14 años en Foros... Entonces, ahora ya están muy de capa caída, pero en tiempos yo he aprendido muchísimo allí. Yo empecé porque no tenía ni idea, yo quería volver al mundo de la música y no sabía cómo hacerlo y los

⁶ La auctoritas hace referencia a la personalidad de un individuo y a su formación. Cuando alguien tiene una forma de ser carismática y lo que dice y hace transmite unos valores, los demás le otorgan una cierta autoridad moral.

aparatos costaban muchísimo dinero. Un poco una solución intermedia. Yo he aprendido tanto, que a mí el mundo Foro... que de hecho hoy por hoy tengo amigos de carne y huesos que me explico... no amigos de Internet, de hecho, nos vemos de vez en cuando y nos abrazamos y nos tomamos un par de cervezas y tocamos música juntos a través de allí ¿no? (...) yo he aprendido tanto y he conocido gente tan maja, y no tan maja... es verdad que hay mucho de todo, hay mucho trigo, mucha paja y más o menos tú vas, pero si... te juntas por... por... algo más pasional”

(Hombre, 45-55 años)

El Foro de la Comunidad Digital se inspira en los Foros abiertos de Internet en su naturaleza de espacio virtual donde se promueve el interés común en compartir contenido de interés entre un grupo de iguales. Este aspecto nutre el vínculo que el sujeto participante crea hacia el resto de participantes de la Comunidad Digital y hacia la Comunidad en sí misma.

Esta naturaleza del Foro nace del sujeto, de un participante que crea lazos al compartir sus conocimientos, sus sentimientos, sus puntos de vista con el resto de participantes, impulsando la cohesión con el grupo y por lo tanto la identidad grupal. Este deseo por compartir conocimiento y el encuentro con personas que estimulen conocimiento es determinante para la comprensión de la Comunidad Digital.

Concluimos esta breve reflexión apuntando que las diferencias entre ambos escenarios digitales: Foros de grupos de interés y los Foros de la Comunidad Digital, se sustentan en el carácter normativo que se impone en la Comunidad Digital (que ya hemos definido en anteriores capítulos) siempre dependiente de los objetivos de la investigación.

8.2.2. El grupo de discusión: una dinámica grupal presencial generadora de discursos para la comprensión de la realidad social

El Foro aspira al igual que el grupo de discusión a ser “*un proyecto de conversación socializada, en el que la producción de una situación de comunicación grupal sirve para la captación y análisis de los discursos ideológicos y de las representaciones simbólicas que se asocian a cualquier fenómeno social*”. (Alonso, *La mirada cualitativa*, 1998:93).

De los aspectos del grupo de discusión que tomamos como referencia para la construcción del Foro en la Comunidad Digital destacamos la interacción como garantía de la cohesión interna del grupo. La contrastación y el debate son los únicos garantes por los cuales acceder a la posibilidad de alcanzar un consenso en la conversación que se produce.

Siguiendo a Ibáñez, y teniendo como referente el grupo de discusión, el Foro aspira a investigar el proceso de producción de sentido del grupo ante un determinado objetivo: *¿Qué sentido tiene para mí el 5G?*

La interacción grupal está marcada por la moderación, y en el Foro de la Comunidad Digital al igual que en el grupo de discusión, planteamos una moderación no directiva, ya que entendemos que sin ésta, dificultamos producir el conocimiento que traslade el libre discurrir del discurso del sujeto participante. Cuando la moderación es directiva limitamos que el sujeto participante libere sus ataduras discursivas⁷, aquellas que van a obstaculizar

⁷ Hay representaciones simbólicas en el consciente (lo manifiesto), en el preconscious que están durmientes (lo latente). El grupo permite la liberación del subconsciente a través del lenguaje y por lo tanto hay que dejar que lo expanda. Por debajo hay una barra represora que tiene una función que taponar todo el inconsciente, están nuestros impulsos más salvajes. El inconsciente es infinito (el propio, el de la sociedad, la familia) y pulsa constantemente para que lo reprimido emerja, a través de la enfermedad, sueños, lapsus lingüísticos, etc.

8. El Foro

que el investigador debe la naturaleza de sus motivaciones, sus acciones, comportamientos, y sus aspiraciones.

La moderación del Foro en la Comunidad Digital, al igual que la del grupo de discusión, ha de procurarse que sea abierta y flexible, reconociendo y reforzando la relevancia del discurso grupal que nos nutre como investigadores de revelaciones.

Una moderación, la del Foro de la Comunidad Digital, que lanza una pregunta, una propuesta de debate, y no interviene salvo en casos, muy puntuales, que haya que aclarar cuestiones necesarias para el desarrollo de la conversación, dejando que sea el propio Foro el que tome el liderazgo del debate. Un foro que suele tener una duración de entre dos y tres días, y que como ya hemos dicho en la descripción de la herramienta se cierra en la finalización el mismo.

La Comunidad digital aporta un valor añadido al Foro, la prolongación en el tiempo de la participación de los sujetos, semanas, meses y años, logrando así una mayor riqueza discursiva, lo cual otorga la oportunidad al investigador de mantener al tiempo como aliado, en cada tarea que duran horas, en cada objetivo que dura días y/o semanas, en cada invitación que dura meses y/o años.

Finalmente podemos concluir que el Foro de la Comunidad Digital valida la producción discursiva grupal para la comprensión de procesos sociales tal como acontece en el grupo de discusión.

Si existe una diferencia fundamental con respecto al grupo de discusión, y es que la producción discursiva se realiza mediante la escritura, elemento que nos abre a un nuevo reto sobre el que investigar y poner nuestra atención.

El investigador cuando analiza los discursos generados en el Foro se sumerge en una interpretación del lenguaje, que más allá de sus significados, ha de tener en cuenta el nuevo contexto de producción del discurso y las nuevas estructuras comunicacionales a las que acude el sujeto participante para suplir los códigos de comunicación oral y presencial.

A continuación, realizo una exposición de los hallazgos encontrados en una breve incursión al análisis de la interacción generada en Foros de la Comunidad Digital, así como de las estructuras comunicacionales desarrolladas para la generación del discurso.

8.3. Análisis de la participación en la Comunidad Digital

El análisis de la participación en el Foro nos adentra en dos grandes bloques de conocimiento:

1. El análisis cuantitativo de la participación: número de comentarios producidos.
2. El análisis cualitativo del contenido desde la comunicación escrita.

Dos miradas al Foro que nos permitirán tener un alcance de la dimensión y potencialidad de esta herramienta.

8.3.1. Análisis cuantitativo de la participación

A continuación, presento una tabla con las participaciones en los Foros realizadas durante un año en la Comunidad Digital.

TABLA 11. Análisis de la participación en el Foro.

Comunidad Digital de hogares para el sector de las telecomunicaciones (Mayo 2018 – Mayo 2019)

Participantes	Total Post/comentarios	Nº comentarios/Nº Foro
1	80	4,44
2	58	3,22
3	54	3,00
4	46	2,56
5	42	2,33
6	41	2,28
7	41	2,28
8	40	2,22
9	34	1,89
10	34	1,89
11	32	1,78
12	28	1,56
13	28	1,56
14	26	1,44
15	26	1,44
16	25	1,39
17	25	1,39
18	25	1,39
19	25	1,39
20	24	1,33
21	24	1,33
22	23	1,28
23	22	1,22
24	21	1,17
25	21	1,17
26	20	1,11
27	19	1,06
28	18	1,00
29	17	0,94
30	14	0,78
31	12	0,67
32	10	0,56
33	7	0,39

Total Foro al año = 18

Interacción alta	9,1	Interacción baja	54,5
Interacción media	24,2	Interacción nula	12,1

Fuente: Elaboración propia.

TABLA 12. Análisis de la participación en el Foro.

Comunidad Digital de jóvenes para el sector de las telecomunicaciones (Mayo 2019 – Mayo 2020).

Participantes	Total Post/comentarios	Nº comentarios/Nº Foro
1	127	5,52
2	87	3,78
3	53	2,30
4	40	1,74
5	38	1,65
6	36	1,57
7	29	1,26
8	25	1,09
9	25	1,09
10	23	1,00
11	23	1,00
12	22	0,96
13	16	0,70
14	15	0,65
15	15	0,65
16	14	0,61
17	14	0,61
18	11	0,48
19	10	0,43
20	9	0,39
21	9	0,39
22	8	0,35
23	4	0,17
24	4	0,17
25	3	0,13
26	1	0,04

Total Foro al año = 23

Interacción alta	7,7	Interacción moderada	23,1
Interacción media	11,5	Interacción nula	57,7

Fuente: Elaboración propia.

Según se puede apreciar en ambas tablas (tablas 11 y 12), el análisis de las interacciones a lo largo de un año nos traslada las características de una dinámica grupal que sintetizamos en tres grandes rasgos:

- Desde el análisis de las interacciones individuales realizadas en cada Foro se observa una interacción baja en la Comunidad Digital de mayores, una media total de 1.7 post, y una interacción aún más reducida en la Comunidad de Jóvenes, media total de 1,1 post.
- Observamos una interacción basada en la mayoría de los casos en la generación de un único post con el que se inicia la entrada a la tarea que propone el Foro. Es decir, el participante no genera más posts, limitándose la posibilidad de generar más post ante una misma propuesta.
- Una muestra minoritaria con un comportamiento más dinámico, que realiza contribuciones mas allá de su post de entrada, realizando una media de entre dos y 5 post en cada Foro.

8.3.2. Análisis cualitativo de la participación

TABLA 13. Tablón del Foro.

Comunidad Digital de jóvenes para el sector de las telecomunicaciones (mayo 2019 – octubre 2019).

 <p>El máximo valor Target: Tarifa Z 19/11/18 18:40 h.   1 tema 40 comentarios</p>	 <p>El máximo valor Target: Tarifa X 19/11/18 18:39 h.   1 tema 17 comentarios</p>
 <p>El máximo valor Target: Tarifa Y 19/11/18 18:37 h.   1 tema 19 comentarios</p>	 <p>Co-creación Target: DHS 08/11/18 14:44 h.   1 tema 14 comentarios</p>
 <p>Co-creación Target: DH4 08/11/18 14:44 h.   1 tema 20 comentarios</p>	 <p>Co-creación Target: D3 08/11/18 14:43 h.   1 tema 18 comentarios</p>
 <p>Co-creación Target: DH2 08/11/18 14:43 h.   1 tema 15 comentarios</p>	 <p>Co-creación Target: DH1 08/11/18 14:43 h.   1 tema 13 comentarios</p>
 <p>La relación con las TIC Target: Hogares 6 a 12 16/10/18 15:46 h.   1 tema 8 comentarios</p>	 <p>La relación con las TIC Target: Hogares +12 16/10/18 15:41 h.   1 tema 22 comentarios</p>
 <p>La relación con las TIC Target: Hogar joven 16/10/18 15:38 h.  </p>	 <p>Los canales imprescindibles Target: General (todos los panelistas) 29/06/18 11:02 h.  </p>

TABLA 14. Tablón del Foro.

Comunidad Digital de jóvenes para el sector de las telecomunicaciones (mayo 2019 – octubre 2019).

 <p>El beneficio más atractivo para u... Target: General (todos los panelistas) 29/10/19 10:15 h.   1 tema 19 comentarios</p>	 <p>El pago con tarjetas, ¿para qué y ... Target: General (todos los panelistas) 18/10/19 12:24 h.   1 tema 18 comentarios</p>
 <p>La búsqueda de un Smartphone Target: General (todos los panelistas) 08/10/19 13:49 h.   1 tema 16 comentarios</p>	 <p>Promociones de verano Target: General (todos los panelistas) 17/09/19 18:03 h.   1 tema 22 comentarios</p>
 <p>Y si fuera de un jugador... Target: General (todos los panelistas) 15/07/19 15:18 h.   1 tema 21 comentarios</p>	 <p>Tus series y películas Target: General (todos los panelistas) 07/07/19 15:38 h.   1 tema 25 comentarios</p>
 <p>La experiencia televisiva de un jo... Target: General (todos los panelistas) 17/06/19 18:15 h.   1 tema 21 comentarios</p>	 <p>Foro Express: Enséñame tu mejo... Target: General (todos los panelistas) 03/06/19 13:24 h.   1 tema 21 comentarios</p>
 <p>La compañera eco-friendly perfe... Target: General (todos los panelistas) 30/05/19 17:06 h.   1 tema 18 comentarios</p>	 <p>Mis referentes ECO FRIENDLY de... Target: General (todos los panelistas) 27/05/19 15:21 h.   1 tema 25 comentarios</p>

En un año se han abordado en las dos comunidades digitales en la herramienta del Foro objetivos relacionados con:

- Actitudes hacia temas sociales.
- Hábitos de usos y consumos digitales.
- Actitudes hacia territorios de ocio.
- Hábitos de compra y actitudes hacia la adquisición de diferentes productos de gran consumo.
- Análisis de experiencias de servicio, análisis del customer journey en el sector de las telecomunicaciones.
- Análisis de canales de comunicación, análisis de usabilidad de Apps y de Webs, evaluación de conceptos de comunicación, tarifas y servicios de telecomunicaciones, etc.

Nos introducimos a continuación en un análisis de contenido de una selección de Foros, desde el seguimiento de las intervenciones de participantes entrevistados para esta investigación de tesis doctoral.

El objetivo de este análisis de contenido es tener un acercamiento al tipo de comunicación escrita y a la observación de comportamientos que se desarrollan en el Foro.

Hay que destacar como desde el análisis de los Foros analizados, el proceso en el tiempo de la Comunidad Digital muestra una serie de rutinas del aprendizaje que nos lleva a la identificación de modelos de interacción presentes en la dinámica del Foro.

8. El Foro

Para el análisis de contenido hemos diferenciado, como se indica en las tablas 11 y 12, tres intensidades de interacción en el Foro: alta, moderada y baja.

Desde estas intensidades se han detectado tres modelos de interacción que nos hablan de tres posiciones presentes en el Foro. Dentro de cada posición se han identificado diferencias por perfiles de participantes que revelan la variedad de realidades que hay detrás de cada posición en el Foro.

Entramos en la comprensión de las tres posiciones que el participante adopta y que nos trasladan tres vivencias diferenciadas del Foro: los conversadores, los afinadores y los discretos.

1. Los conversadores.

Participantes con una interacción intensa en los Foros, entre 2 y 5 post. De las 18 entrevistas realizadas, cuatro entrevistas nos permiten profundizar en sujeto participantes que muestran interés por conversar... los conversadores.

Son sujetos participantes que comentan ampliamente las intervenciones del resto, enriqueciendo la conversación, planteando nuevas preguntas y dinamizando claramente el debate, con posts de una extensión variable entre una, tres, siete, quince, treinta y hasta sesenta líneas. “La duda que tengo es...” .

Se tratan de participantes que intervienen en diferentes momentos del Foro, no habiéndose identificado un patrón que defina el momento de su primer post de entrada, pueden ser en una posición inicial, intermedia o concluyendo el Foro.

Un sujeto participante que muestra estar muy atento al hilo de conversaciones que hay en el Foro realizando comentarios al menos en dos momentos de conexión diferentes.

La mayor intensidad se ha identificado en un perfil adulto transformador que está muy presente en la conversación, enriqueciendo el debate, comentando ampliamente las intervenciones del resto, reafirmando, cuestionando, pero siempre con una propuesta de hacer avanzar la reflexión. “Cierto...” “de acuerdo...” “La pregunta es ¿...?”.

Un perfil joven que se centra más en su propia narrativa, contestando básicamente a los participantes que han hecho comentarios sobre lo que él ha escrito. Un sujeto participante que avanza sobre su propia reflexión, ampliándola, clarificándola, etc. “Por eso digo...”

Se ha identificado un perfil cumplidor que su intensidad de interacción se construye desde la aprobación del comentario del otro con un breve post de conformidad, “Totalmente de acuerdo contigo.”, sin avanzar ni profundizar en las razones de su argumentación. Un perfil que suele añadir un toque de cortesía en sus despedidas. “Hasta aquí lo que yo sé. Espero leerlos para aprender de todos vosotros.”

2. Los afinadores.

Participantes con una interacción moderada entre 1 y 2 posts en los Foros. De las 18 entrevistas realizadas, cuatro entrevistas nos permiten profundizar en un sujeto participante que muestra interés por meterse en la conversación cuando le interesa... *los afinadores*.

8. El Foro

Una actitud conversadora presente fundamentalmente en un sujeto participante explorador y transformador que su primera intervención no suele encontrarse en posiciones iniciales, se identifica una tendencia a la lectura previa del resto de participantes. *“He estado leyendo vuestras opiniones y veo que estamos todos de acuerdo en que...”*.

Un sujeto participante joven que no suele contestar a sus compañeros, pero que en ocasiones interviene en una segunda ocasión para avanzar sobre su comentario inicial después de la lectura de sus compañeros. *“... y a mí por ejemplo no sé, no me ha convencido, al igual que he visto en los comentarios de algunos de los compañeros.”*

El perfil joven explorador destaca por realizar las intervenciones más extensas de los debates, hasta veinticinco líneas, estructuradas en único párrafo sobre la que se va realizando su narrativa argumentativa.

El perfil joven transformador destaca por el valor de sus argumentaciones, generando habitualmente el mayor número de comentarios de sus compañeros, un perfil con muchas capacidades para generar interacción y dinamizar al grupo.

El perfil adulto explorador destaca por seleccionar los comentarios que realiza en el Foro. Un participante que elabora sus contestaciones con intervenciones extensas, de hasta veinte líneas y de gran calidad en su línea argumentativa. Un perfil que reconoce y agradece un post que considera interesante. *“Muchas gracias realmente interesante el artículo”*.

Finalmente, nos encontramos con un perfil trascendente que representa esta actitud de afinador de conversaciones desde la mayor discreción, con intervenciones más reducidas, entre 3 y 5 líneas, sus comentarios no están

nunca en las primeras posiciones, aspecto que denota claramente su afición por escuchar antes de hablar, iniciando sus intervenciones desde la lectura previa de sus compañeros. “*Coincido con muchos de vosotros en que...*”.

Es un perfil que se va vinculando, se compromete de una forma muy singular.

3. Los discretos.

Participantes con una interacción baja en los Foros, un solo post. De las 18 entrevistas realizadas para la investigación, cuatro entrevistas nos permiten profundizar en sujeto participantes que muestran interés por mantener un perfil bajo en la conversación... *los discretos*.

Un perfil que se limita a realizar un solo comentario en el debate, que no participan de lo público.

Un perfil cumplidor, especialmente adulto, que sus intervenciones son cortas, poco reflexivas sin entrar en argumentaciones. “*Para mis las ventajas serían: - Mayor velocidad, Mayor conectividad, Mejor calidad de Wifi*”.

Cuando se plantea un guion con varias preguntas este sujeto participante Cumplidor sigue el esquema de corta y pega las preguntas como si de una encuesta se tratara. Un perfil que suele participar en posiciones intermedias o finales. Es un aparentar estar sin estar implicado.

Un perfil joven transformador que suele intervenir en las primeras posiciones, aunque nunca “rompe el hielo”, se reserva al tercer o cuarto lugar en el foro. Sus intervenciones en el debate están bien estructuradas y

8. El Foro

presentan calidad en su argumentación, pero no hace comentarios a otros participantes, ni avanza sobre su primera reflexión. Aporte puntualmente no se deja seducir por lo público.

Un adulto explorador con alta calidad en sus aportaciones y de extensión variable, entre tres y veinte líneas según el tema, su participación se coloca en posiciones variadas a lo largo de la vida del Foro, pero con tendencia a adoptar posiciones intermedias, se desvela un proceso de reflexión y de lectura en su posición y la calidad de sus argumentaciones.

En general, más allá de estos modelos de interacción, la comunicación escrita de los Foros analizados en la Comunidad Digital se caracteriza por los siguientes aspectos:

- Una comunicación escrita que no utiliza material gráfico y en raras ocasiones utiliza emoticonos ☺ o comparte un enlace web para complementar su comentario de entrada. *“Mirar este enlace...”*.
- Un texto que en escasas ocasiones usa abreviaturas *q.*, denotando una posición hacia el texto de cuidado, de hacerse entender.
- Pocas veces se utilizan las mayúsculas para darle énfasis al texto, ni es frecuente el uso de onomatopeyas *“Ummmm...”*
- Un lenguaje elaborado y rico en matices.

“En cuanto a la salubridad, pues creo que deberían ser más claros, más honestos y decir las consecuencias. Actualmente ya casi nadie se acuerda de las antenas de telefonía móvil y datos que siguen poblando los tejados de las edificaciones. Hasta hace poco se llegó a plantear por parte de los

vecinos, verdaderos complots y manifestaciones para que fueran retiradas so pretexto de que podían ser cancerígenas. Entonces las empresas tecnológicas no fueron claras, las administraciones tampoco, y ahí siguen.”

“Mientras no nos tomemos en serio si realmente equilibra nuestra balanza de vida con los beneficios/perjuicios que ello supone actuemos en consecuencia, sospecho nos pasará algo similar, lo incorporaremos a nuestras vidas y ya.”

“Lo digo como crítica constructiva, igual que lo he puesto en el diario, me parece que la propuesta adolece de falta de información fundamental para tomar una decisión.”

- Entre un target más joven, se aprecia un estilo menos cuidado en aspectos como iniciar cada punto y seguido con minúsculas reiteradamente. Se dan más permiso en la informalidad gramatical.
- Se mantiene el tono cercano y respetuoso y en algunos casos sarcástico y con toques de humor. *“Si lo que realmente están preguntando es si creen que tienen capacidad como para ello, sin duda la respuesta es tan sencilla que no nos la preguntaría. Si lo que realmente están preguntando es si, a nuestro juicio...”*

En definitiva, el texto discursivo que genera el Foro está a mitad de camino entre el lenguaje escrito formal enmarcado dentro de un escenario normativo que es la Comunidad digital, y la informalidad de una estructura que se acerca íntimamente al habla espontánea.

8. El Foro

“Ese carácter formal es un conjunto de todo, como te expresas, las palabras que usas y el darle varias vueltas a la cabeza para llegar a cosas”.

(Hombre, 45-55)

“Es verdad que le pones entonación a las cosas que ves, a mi es verdad que me sucede ¿no? Joder... que cabreo tiene... ¿Cómo se puede estar tan mosqueado? (...) al final es verdad que si les pones... bueno, yo me hago esas ideas”.

(Hombre, 45-55)

Un texto discursivo, el del Foro, que está regido por un tiempo (aproximadamente dos días), una lectura (por parte de la mayoría) al resto de participantes, y un intercambio de opiniones (por parte de una minoría) provocando un proceso de reflexión rico en matices y profundidad para la construcción del discurso grupal.

8.4. Análisis del discurso sobre la percepción de la experiencia

A través de las entrevistas realizadas a los sujetos participantes de esta investigación en la que se apoya la tesis, comprendemos que el Foro es una herramienta fundamental, vertebradora de la metodología de la Comunidad Digital, combustible que moviliza la identidad tanto colectiva como individual.

“En el Foro de la Comunidad es todo más privado, te sientes más abierto a contar tus cosas, esto no lo lee todo el mundo en el foro HTCmanía lo lee cualquiera”

(Hombre, 18-22)

El Foro es un espacio central donde el sujeto va construyendo su rol de participante desde el encuentro y el intercambio de opiniones, satisfaciendo y desarrollando un amplio abanico de necesidades y aspiraciones según los diferentes perfiles, como ya hemos definido en el capítulo cuatro: la historia de un vínculo.

El análisis de los discursos que realizan los participantes acerca del Foro nos devuelve la motivación presente en el sujeto participante por formar parte de una Comunidad Digital para la investigación social. Es decir, nos relatan su deseo por conocer, expresar, aportar y socializar, en un espacio para el encuentro con un otro afín, interesante, estimulante a la par que diverso.

“Estoy en la Comunidad porque me mantiene en forma para leer más cosas de esto, crecer un poco en temas de tecnología”

(Hombre, 45-55)

8. El Foro

Los perfiles exploradores “más puros en cuanto a su perfil”, seguido de los perfiles transformadores expanden su participación a través del Foro afianzando su compromiso a través del Foro con la investigación.

A continuación, entramos en detalle en la manera en la que el sujeto participante usa la herramienta, donde interacción, texto e identidad individual y grupal se ponen en juego.

Para completar la mirada sobre el Foro y entender las claves de su funcionamiento actual y de su potencial a desarrollar, abordamos el análisis de las actitudes que se generan hacia el Foro desde la experiencia con la herramienta.

8.4.1. Hábitos y usos del Foro.

En las entrevistas en profundidad realizadas en la muestra objeto de estudio, ahondamos en los usos dentro del Foro y en la valoración de su experiencia, entrando en detalle sobre: el momento de participación y cómo se enfrentan a la escritura y a la lectura, el seguimiento del resto de participaciones y el papel del moderador.

8.4.1.1. Hábitos de participación

Los hábitos de participación en el Foro están mediatizados por la naturaleza asincrónica de la herramienta. Como punto de partida del análisis reproducimos la dinámica a la que se enfrenta el sujeto participante:

El sujeto activa su participación en el Foro cuando recibe una notificación por correo electrónico. Esta notificación le pone en alerta de la realización de una tarea concreta en el Foro. La notificación es una invitación pautada

por el moderador a participar y que tiene que ser atendida en un plazo habitualmente de dos días, tiempo en el cual el sujeto tiene que generar su comentario de entrada e interactuar con sus opiniones a los comentarios del resto de participantes.

La mayoría de los sujetos participantes entrevistados declaran entrar inmediatamente en la Comunidad Digital para conocer los detalles de la tarea que tienen que abordar una vez recibida la alerta a través de la notificación.

Habitualmente, el participante decide encontrar un momento de tranquilidad y sin distracciones aborda una tarea que ya tiene en su cabeza tras la lectura de la notificación.

El participante se prepara para la realización de la tarea que le ha sido encomendada, abriendo un espacio mental y físico que le facilite la comunicación de su reflexión.

Se han identificado tres hábitos de participación que nos trasladan comportamientos diferentes ante la intervención en el Foro:

1. Los participantes que leen la instrucción del moderador y se toman un momento para la reflexión personal desarrollando su propia argumentación personal, sin lecturas previas, tanto en el Foro como en Internet, que le condicionen.

La pauta que siguen: reflexiono y escribo. Un texto reflexivo que parte del propio participante.

2. Los participantes que leen la instrucción del moderador y encuentra en la

lectura de los demás un estímulo para la reflexión y el desarrollo de su argumentación personal.

La pauta que siguen: leo a otros, reflexiono y escribo. Un texto reflexivo que nace de la interacción con el grupo.

3. Un participante que lee la instrucción del moderador y contesta de manera inmediata.

Pauta que sigue el sujeto: escribo. Se trata de un texto que recoge la espontaneidad del sujeto.

A continuación, entramos en detalle en el análisis de estas tres pautas de comportamiento:

Pauta 1. Reflexiono y escribo.

Un comportamiento que se racionaliza desde la idea interiorizada de la importancia de la opinión sin sesgos del resto de compañeros y sin sesgos de búsquedas en Internet, excepto en casos que se pauten porque el objetivo lo requiera (Test de usabilidad de experiencia web). Una pauta que se muestra muy cerca del cumplimiento de la norma que caracteriza a un perfil Cumplidor.

“Pues en el foro hago lo mismo que en el diario, miro el tema y tengo una regla, aunque no está escrita en ningún lado, pero siempre la trato de hacer, que es responder sin mirar ninguna respuesta. Porque yo pienso que, si miro algo, ya mi mente se ha centrado en eso, ya se me han quitado las ideas. Entonces yo miro la idea que ha puesto el moderador y escribo lo que yo creo. A

veces es verdad que incumplo mi propia regla y estaba tan vacío de mente ese día que digo, voy a mirar algo porque es que no se me ocurre nada de nada. Y algunas veces lo he hecho, pero la mayoría trato de no leer ninguna respuesta y responder lo que yo quiera, la extensión que yo quiera, los temas que yo quiera y así suelo hacerlo. Y luego simplemente me voy abajo de todo el foro y empiezo a leer lo que han puesto mis compañeros (...).”

(Mujer 17-21)

“Cuando yo pongo el mío (mi comentario), pues hay cuatro o cinco o seis comentarios, yo me los leo después y dijo ah pues mira está más o menos en consonancia con lo mío”

(Hombre 14- 16)

“No suelo buscar en Internet, a no ser que lo ponga en la tarea, si no nada de nada”

(Adulto, 45-55)

“A lo mejor cuando lo pide... si habla de una cosa que no tengo ni idea de lo que es a lo mejor busco, pero no suelo... normalmente pongo la primera impresión, según me lo pide pienso un poco y lo pongo... no suelo buscar en Internet a no ser que me lo pongan...”

(Hombre, 14-17)

Pauta 2. Leo otros comentarios, reflexiono y escribo.

Una pauta identificada en perfiles transformadores, exploradores y trascendentes. Siendo desde su cualidad de afinador que ahonda en su opinión, buscando esa mirada afín e interesante que les provoca y le impulsa hacia la reflexión y la actitud de debate.

“Antes de escribir en el foro a mi lo que me gusta es leer lo que han puesto los demás cuando lees un comentario bueno y piensas por aquí puede ir la cosa, entonces le das a comentar y le dices me gusta tu opinión, siempre hay uno, dos, tres que se ajustan más a lo que tu piensas”

(Hombre, 45-55)

“Pues me llega la notificación y suelo tardar un par de horitas en meterme. Cuando me meto, miro algunas ideas que han podido dar los compañeros, porque hay veces que yo cuento lo que a mí me parece, pero he coincidido con 3 o 4 personas, entonces si es así pongo: “coincido con mis compañeros...” y luego ya cuento lo que a mí me parece. Me gusta leerme las cosas de los demás, tener otro punto de vista, ver cómo lo hacen los compañeros... Normalmente si mandáis la tarea por la mañana sí que la puedo hacer más o menos rápido, pero si es por la tarde, al estar en clase tardo más, aunque si no estoy haciendo nada en clase la hago, me suelo esperar cuando llego a casa para hacerlo más tranquilo. Así lo puedo hacer en el ordenador y me dejo de tanto móvil. (...) Entonces como antes decía, yo me meto, leo a mis compañeros primero y ya respondo después.”

(Hombre, 17-21)

“Pero alguna... sí que es verdad que, si tengo que contestar, no recuerdo ninguna vez que haya contestado sin haber leído antes. E incluso si vuelvo a entrar vuelvo a leer... además tengo abajo... tantos sin leer, está muy bien... entonces si, más que nada... si es costumbre mía que, si ponéis un tema de Foro, no lanzarme salvo lanzarme alguna vez porque lo tengo muy claro y tal... sino siempre me espero buah a ver por donde se maneja esto y... alguna vez sí que aunque no contesto pongo, hago referencia a fulanito ha dicho esto... y me ha gustado o apoyo esto porque tal sí, sí... “

(Hombre, 45-55)

También nos encontramos detrás de este comportamiento un sujeto participante que declara buscar en el comentario del grupo orientación, estímulos que le guíen ante un tema en el que se siente perdido:

“(...) Hay veces que veo que estoy más espesa o que no tengo ni idea y espero a que el resto escriba para ver por donde va, digo voy a esperar y lo dejo para más tarde”

(Mujer, 20-25)

Pauta 3. Escribo.

Una pauta identificada principalmente en perfiles muy jóvenes, de escritura rápida, que no entran en un proceso de reflexión prolongado, aportando un discurso muy espontáneo. Un discurso que no se nutre del grupo.

Un joven adolescente que busca aportar un discurso propio, original y fresco, y posteriormente entra en el grupo más como espectador del debate que como participante. Una actividad que se realiza en momentos de descanso o en desplazamientos.

“(...) pienso un poco, pero no suelo pensarlo demasiado, lo hago intuitivo, aunque escribo bastante... pero la verdad que esta es mi rutina... prácticamente lo miro cada dos días y eso, entro... lo miro un poco... en los Foros no suelo mirar tanto a los demás porque me suelo influir (...) porque en los Foros me meto un poco y veo lo que ponen los demás, y aunque a veces es muy útil porque a lo mejor añades algo a lo que dice otra persona o dices si te parece bien o no,... al final te fijas en lo de otra persona y al final escribes tú lo mismo, entonces... no me suelo fijar en lo que escriben los otros para ser más original y no lo que ya se ha dicho.”

(Hombre, 14-17)

En dos, de las tres pautas identificadas, nos encontramos con un sujeto que en la participación en el Foro se abre a un proceso de reflexión, un tiempo para pensar sobre sus propias ideas, poniendo orden y clarificando pensamientos, y también dirigiéndose a la lectura de otros, abriendo sus opiniones a nuevas perspectivas que contradigan o reafirman las suyas.

Como podemos apreciar el en Foro se integra un texto discursivo grupal que se genera desde una reflexión apoyada en el intercambio de opiniones; así como desde la lectura del grupo.

El moderador siempre se mantiene al margen del proceso de producción discursiva.

“A lo mejor no comparto nada, ni comento a nadie, pero yo siempre me lo leo todo, es lo que más me enriquece, aprendo muchísimo del grupo.”

(Mujer, 35-45)

“Me gustaría hacer avanzar más mis ideas con el grupo con un moderador que nos ayudara un poco”

(Mujer 25-35)

8.4.1.2. Áreas de beneficio: Recompensas de la participación

Cuando la persona participante entrevistada para esta investigación de Tesis nos habla de sus usos en el Foro y los elementos que la mueven a la participación, nos encontramos con tres áreas de beneficios, estímulos o recompensas muy poderosas que revelan el sentir y el hacer de su participación dentro del Foro de la Comunidad Digital:

- RECOMPENSA DE LA PERSONA POR SER LEÍDA
- RECOMPENSA DE LA PERSONA POR SER ENTENDIDA
- RECOMPENSA DE LA PERSONA POR SER CONOCIDA

A continuación, entramos en detalle en el análisis de cada uno de estos beneficios obtenido:

- *“CUANDO LO QUE ESCRIBO ES LEÍDO”*. El valor de la sincronía no inmediata.

8. El Foro

El Foro adentra al sujeto en la esfera de lo público, en el espacio de la exposición social donde se encuentra con la mirada del otro. En la respuesta que recibe del otro que el sujeto participante recibe valor de recompensa, si es que la hay, de lo que él aporta: para otros es importante y para el sujeto es un refuerzo a lo que él hace, elevando así el vínculo personal que mantiene con la comunidad.

Se trata de una conexión entre sujetos que reproduce una cierta instantaneidad, que denominamos sincronía atemporal que dota a la comunicación de un valor emocional alto.

“Me gusta saber lo que opina la gente de lo mío.”

(Mujer, 36 a 45)

“Ser una persona que medita las cosas un poco y también te da como sentirte mejor y tener más autoestima, y te hace sentir que lo que dices es importante.”

(Mujer, 14 a 17)

“Mmmm... ¿lo que más me gusta de esta experiencia?... cuando yo he hecho un comentario al cual he dedicado mi tiempo y fuerzas y la gente te lo agradece o te dice es muy bueno... quizás sea ese momento el que más me gusta, sentirte realizado sabes, ver que lo que estás haciendo sirve y a la gente le gusta, eso es una de las cosas que más me gustan.”

(Hombre, 20-25)

En el foro la persona se adentra en una dinámica relacional en la que aprenden unos de otros, estableciéndose un juego de espejos, donde lo opinado es interrogado, corroborado, estimulado por todos y cada uno de quienes participan. Es decir, más allá del aporte particular de la persona, las opiniones de otros acerca de lo que cada quien comparte, enriquece y aporta conocimiento desde la individualidad gracias a lo que grupalmente se manifiesta.

El sujeto por tanto se estimula al generar su propia red de seguidores o formar parte de la red de seguidores de otros compañeros, lo que hace crecer dentro de la Comunidad Digital la interacción entre participantes, ahora también de una manera más selectiva: *yo elijo a quien seguir y otro me elije a mi para seguir.*

“Tengo a cuatro o cinco que me comentan mucho...”

(Hombre, 54-55)

“Intento hacerlo bien y abrir debate para que me contesten”

(Mujer, 14-17)

No podemos olvidar que el moderador debe hacer un trabajo de contención en lo que respecta a dar sus opiniones, porque se busca que sea el propio sujeto en relación con el resto de participantes los que dinamicen la conversación. Esto no significa que el moderador tenga un rol pasivo, es decir no significa que esté ausente, porque tiene que atender siempre a agradecer y a estimular la participación de cuantos más participantes mejor.

8. El Foro

Tengamos en cuenta que se trata de una plataforma web sobre la que se realiza la Comunidad Digital analizada, que no activa notificaciones cuando los sujetos participantes realizan una intervención en el Foro, lo que obliga al sujeto a mantener una actitud activa para tener control de las interacciones que se generan entre los participantes dentro del Foro. Esto choca con la demanda mayoritaria que solicitan los participantes agradeciendo que se le señale, de alguna manera, con alertas cuando una persona ha respondido a su intervención.

“Al final es verdad que andas con mil cosas y si te llegara de alguien que te ha contestado, pues ya buscas el momento para ir.”

(Hombre, 45-55 años)

Recordemos que la pauta generalizada de la moderación en un Foro es lanzar la primera intervención con un enunciado donde se estructura el objetivo a través de una o dos preguntas con un planteamiento abierto o semi abierto en función del objetivo. (ver capítulo 6. Las Herramientas)

Por todo lo anotado para las personas participantes queda claro que la moderación se mantiene al margen de la interacción, salvo en casos muy excepcionales.

“Y ese esfuerzo claro, pasa factura cuando además no es obligatorio porque el moderador siempre invita a que interactuemos, pero no dice la forma en que lo hagamos, solo dice que interactuemos.”

(Mujer, 14-17 años)

- *CUANDO LO QUE ES ESCRIBO ES PARA QUE SEA ENTENDIDO.*

En las entrevistas se muestra un cierto temor por parte de las personas a no ser entendidas cuando escriben. *Ser capaces de comunicar emoción, pasión por lo que sienten cuando expresan por escrito es un reto para quien escribe.*

En este sentido, el Foro nos muestra su capacidad de ser un espacio, un lugar, donde lo público es protagonista, más allá del valor de las opiniones particulares; el Foro permite construir conversación social.

Por lo tanto, tener las habilidades comunicativas necesarias en la escritura, permitirá a la persona expresar con claridad lo que quiere decir, transmitiendo también la emoción con la que quiere comunicar. Es importante resaltar que esto es una inquietud que está presente en la mayoría de participantes.

Estas habilidades se ponen en práctica a través de la participación en un proyecto de estas características, pues el hecho de escribir e incluso de leer textos largos no suele estar incorporado en su vida cotidiana.

Se trata de personas que, si bien dominan el lenguaje desde la expresión oral, es cierto que tienen que incrementar sus habilidades a la hora de expresarse por escrito cuando desarrollan una reflexión. Es decir, tienden a poner mucho cuidado para hacerse entender, esforzándose en la redacción del texto y desarrollando una serie de hábitos cuando escriben, tales como:

- Buscar palabras adecuadas, adaptando el texto a un lenguaje de fácil comprensión, huyendo de tecnicismo que aporten complejidad a lo escrito.

“Y cuando estoy en el foro, como también lo lee más gente y puede haber quienes no entiendan ese formato o lenguaje más técnico, lo intentas poner como con tus palabras, bueno no con tus palabras, sino más bien con palabras más comunes que entendamos todos, al menos lo que yo hago”.

(Hombre, 14- 17)

- Dedicar tiempo a la tarea de revisar el texto que escriben.

“Le dedico entre 5 y 20 minutos... y la leo una o dos veces”

(Hombre, 46 -55 años)

- Cuidar la estructura gramatical y ortografía.

“Yo como que soy más correcta a nivel gramatical, me expreso mejor, estructuro mejor la idea, no sé si porque estudio idiomas y estoy acostumbrada.”

(Mujer, 35-45 años)

- Atender a dar respuesta eficaz al enunciado de la pregunta recibida para evitar desviarse del objetivo.

“Captura de pantalla para ver la tarea y poder seguirla para cuando escribo ir viendo el tema y también para no irme por las ramas, no irme tanto y ceñirme al guion”

(Hombre, 21 -25 años)

- Sintetizar, lo que coloquialmente es ir al grano. Es una necesidad que se autoimponen, porque el texto que generan busca la concreción. En este sentido ser directo, es valiosos por facilitar la comprensión del resto.

“Expresándome con lo que yo sé, no me gusta meter paja para que parezca más grande el comentario, a mí me gusta ser concreto. Por ejemplo, si yo he visto lo de Iberdrola, yo lo cuento resumido con lo importante, que sí, que hay veces que me enrolla más, pero otras con 7-8 líneas está bien para resumir todo lo que veo importante de este tema.”

(Hombre, 14-17)

“(...) en los Foros que suelen ser más concretas y es dar tu opinión y poco más... en cambio en los Diarios puedes escribir una cosa bastante más larga y con matices que pueden servir.”

(Hombre, 14- 17)

Una de sus mayores preocupaciones deviene del temor a que no se interpreten bien sus comentarios y/o la dificultad por no interactuar instantáneamente, es decir no hay posibilidad de aclarar el discurso escrito cuando otra persona lo está leyendo. Se produce, por lo tanto, una suerte de sincronía, que si bien no es inmediata, está acotada a un tiempo de máximo 48 horas.

Podemos concluir, que es un gran reto - fundamentalmente entre un perfil explorador conversador con una alta dosis de pasión y sarcasmo en su

8. El Foro

discurso - el transmitir emoción para alcanzar la complicidad que desean lograr dentro del Foro. Al ser consciente de la imposibilidad de corregir el texto escrito cuando es leído, las personas tienden a apropiarse de las herramientas que hemos descrito más arriba, con las que se facilitan la creencia de que están siendo entendidos.

- *CUANDO LO QUE ES ESCRIBO ES PARA TENER RELEVANCIA.
La escritura como vehículo para el conocimiento del otro.*

Es a través del perfil explorador, que tiene una mirada crítica hacia el Foro, que desvelamos la cualidad que tiene el texto escrito de proyectarle una identidad (una etiqueta) de la persona que escribe. El lector no solo recibe contenido, si no también se hace una idea de la personalidad, otorgándole una imagen, una etiqueta, con la cual autor que escribe. Si bien esta cualidad no es exclusiva del Foro, ya que se da también en el Blog, desde el Foro se ayuda a crear afinidades o no entre las personas que participan.

“Es verdad que, si nos hubiésemos conocido, sin desprestigiar a nadie, pero en la conversación presencial dirías y dos huevos duros y lo explicas, pero cuando tu estás solo y lo lees es como ...ufff y entonces a esta persona ya le pones un traje”.

(Hombre, 45 a 55)

En el proceso experiencial que brinda el Foro, la persona va reconociendo a quienes participan a lo largo de muchas intervenciones, identificando perfiles en función la actitud que mantienen dentro del Foro:

- Participantes que quieren agradar y mantienen una posición dependiente de lo que otros han escrito.

“Es como que se ha leído al resto a ver que escriben y yo pongo más o menos algo parecido”

(Hombre, 45 a 55)

- Perfiles que marcan la pauta de los escritos que el grupo realiza. Su hacer más rápido en función de sus propias motivaciones, (conocen más del tema, les resulta interesante la auto reflexión del tema tratar, por lo general mantienen una actitud de rápida respuesta, etc) les acerca a posiciones de liderazgo en lo que respecta a la dinamización de la conversación social que permite el Foro.

“El que dice lo que está bien y mal, que actúa a modo de líder, me hace un montón de gracia y dice tssss estoy aquí, aquellos que es como dime lo que tengo que decir”

(Hombre, 45-55)

“Aunque si es verdad que en el foro a veces creo como que hay cierto mimetismo, bastante mimetismo diría yo, en el sentido de que si una persona pone la primera respuesta, los demás van a poner cosas similares, sí pues también, si pues lo otro y ya como que acota todo el resto del foro. Incluso si la pongo yo, o sea si pongo yo la primera respuesta, los demás van tirando por lo mismo, la misma línea y en ese sentido, si yo soy el que no pone la primera respuesta pues probablemente no digo que no, alguna vez iré por la línea que ha puesto otro y seré menos yo de lo que sería en la vida real”

(Mujer, 25-30)

- Personas que, aun no siendo muy activas en la producción de sus escritos, generan una atracción por sus aportaciones, que generalmente son consideradas inteligentes.

“Son los que más miras y más lees, los más interesantes, hay quien dice está todo bien y ya, pero todo bien sin contar nada (...) los que a mi me molan, a los que les digo que guay lo que has comentado”

(Hombre, 45-55)

8.4.2. Actitudes hacia el Foro

Entender las actitudes que hay detrás de los usos que se generan en el Foro nos da una visión más completa de la posición del participante ante esta herramienta y como consecuencia obtenemos un aprendizaje para un mejor uso del Foro.

Encontramos dos actitudes polarizadas, que son la cara y cruz de la misma moneda: Un Foro que por una parte genera frustración ante el deseo de una conversación más dinámica y fluida, y que por otra parte genera satisfacción por la oportunidad de encontrarse con el grupo y compartir conocimiento.

- El entusiasmo en el Foro nos conduce al valor de la herramienta, la semilla de una potencia metodológica que es capaz de minimizar la frustración presente en el sujeto e ilusionar a un sujeto participante que encuentra en el grupo el valor del proyecto.

“Cuando son cosas que se comparten, cosas que puedes ver la opinión de los demás, es lo que me resulta más atractivo de la Comunidad Digital”

(Mujer, 45-55)

El valor del Foro radica en ser el espacio donde hay una idea más clara de identidad grupal, un espacio donde el sujeto da mayor sentido a su participación en un proyecto de investigación social que entiende se articula fundamentalmente desde el grupo: en el intercambio de ideas, para la transformación y el descubrimiento de un bien común.

“Igual más en el sentido de trabajo nos gusta más el Foro porque en el foro opinan todos”

(Mujer 45,55)

“En los foros me gusta interactuar con los compañeros, juntos podemos aportar mucho más, por lo que me siento parte de una comunidad, arropada y muchas veces alagada. Además, ellos hacen que vea los planteamientos desde otros puntos de vista, de modo que enriquecen mi conocimiento y visión de las actividades.”

(Mujer, 36-45)

Otro aspecto que nos traslada la satisfacción que experimenta el sujeto participante en el Foro tiene que ver con el proceso de creación de su identidad. Un espacio donde el sujeto se siente realizado en su rol de participante, cumpliendo un rol, atendiendo a una tarea, amplificando su voz desde el grupo,

8. El Foro

aportando su individualidad, sintiéndose reconocido.

“A mí, la que más me gusta es el Foro, porque nos dais como una idea, por ejemplo, el ecofriendly del mercado, ahí ya tienes un tema y ahora ya toca contar todo lo que sepas a detalle (...) porque nos dais un tema y nosotros no tenemos que estar pensando en uno, sino que dices “si este ha hablado de tal, no lo voy a poner yo para ser repetitivo”.

(Hombre, 18-21)

- La frustración a la que se refieren las personas cuando participan en el Foro es porque la consideran una herramienta que tiende a desgastar y a provocar cansancio en el participante.

El Foro requiere de una constante atención por parte de la moderación para evitar que se estanquen en posiciones poco dinámicas, muy exigentes y poco estimulantes.

“Tengo que hacer un esfuerzo por leer todo, lees tres al azar, pero en realidad no estás interactuando”

(Hombre, 22-25)

Desde las entrevistas a los participantes de la investigación, conseguimos que nos desgranen el sentido de la frustración que a veces sienten con respecto al Foro:

- Demandan una comunicación más dinámica, que les permita estar más presente en el Foro y activar su interacción. Se trata de recibir mecanismos

que promuevan su participación.

“Al no haber mucha interacción tampoco voy a buscarla o provocarla”.

(Hombre, 22-25)

“La verdad no estoy pendiente, mi participación en los Foros es escasa, a lo mejor puse algo y luego digo joder hace tres días y no he vuelto a mirar”.

(Mujer, 25-35)

“(…) lo que pasa que algunas veces lo veo un poco estático, porque claro yo opino hoy, otro mañana, no hay posibilidad de responder muy rápido, no hay una conversación de yo te digo tu respondes”

(Hombre, 45-55)

- Una herramienta que demanda un alto nivel de exigencia. Leer, escribir, reflexionar, coloca el sujeto participante en una posición de alta atención.

“(…) pero en el foro requiere de mí más exigencia, requiere que estén mirando los compañeros que los lean todos, que responda alguno que me llame la atención entonces a nivel de exigencia como que si se parece más a un trabajo que a una red social”

(Hombre, 36-45)

Dos afirmaciones que nos trasladan la exigencia presente en el sujeto ante el

8. El Foro

Foro:

- Es más fácil escuchar que leer. Una herramienta en la que el sujeto declara hacer un esfuerzo, detectándose dificultad en asimilar todo el contenido que se vierte en un Foro.

“Algunas veces, la mayoría he respondido creo a mitad del foro o al principio pero unas pocas veces se me pasó hacerlo y lo hice casi al final del foro y entonces ya había tantísimas respuestas, que digo como me tenga que leer todo esto no acabo y sí que me leía salteadas aquellas pocas veces que lo he hecho al final pero la mayoría es en orden de una en una y veo lo que han puesto alguna que me llama la atención les respondo, otras me llaman la atención igualmente pero si he escrito dos o tres veces como que me canso de tanto escribir pero siempre me ha gustado responder a mis compañeros si me llama la atención algo. (...) Sí, en ese sentido en el grupo de discusión, en la vida real uno no se cansa de hablar a menos que le duela la garganta, puede decir lo que piensa y siempre quiere responder al otro recibir del otro, pero en el grupo al ser texto creo que ahí se diferencia bastante de eso. Porque al ser texto no es que alguien me está hablando, es que yo tengo que hacer un esfuerzo por leer lo que el otro está diciendo”

(Hombre, 36-45)

El cansancio que genera la lectura, se desvela más intensamente entre un público joven, que está acostumbrado a la rapidez e instantaneidad de la

comunicación escrita, y que se enfrenta a la lectura digital desde la misma posición de rapidez e inmediatez.

“(...) escuchar es menos pesado, a mí por ejemplo no me gusta mucho leer y de hecho cuando leo un libro, si está la versión en audio prefiero ponerlo en audio y aunque sea una voz más artificial me lea el texto. Y a lo mejor me pongo en mi cama con los ojos cerrados y en realidad estoy leyendo el libro, aunque esté con los ojos cerrados, no estoy haciendo tanto esfuerzo que si estoy con la luz encendida leyendo las letras, pero claro en Sensors es leer y ya está. Yo creo que sí se hace un esfuerzo más grande que si escuchara”

(Hombre 19-21)

“Y luego simplemente me voy debajo de todo el foro y empiezo a leer lo que han puesto mis compañeros, algunas veces me salto alguno porque son tan largos.”

(Mujer, 14- 17)

Entre los participantes de la Comunidad Digital adulta sobre la que se está apoyando esta Tesis, revela también que el exceso de personas dentro de un Foro, en este caso entre 50 y 45, puede conllevar un esfuerzo de lectura importante si se quiere hacer un seguimiento completo del Foro.

“Cuando lees el foro tienes que estar con el scroll bajando y hay que cargar la página varias veces... y hay veces que lees lo que ves en pantalla y luego no cargas más”.

(Hombre, 18 a 21)

- Es más fácil hablar que escribir. Una herramienta en la que el sujeto declara hacer un esfuerzo en sus capacidades comunicativas ante un texto escrito que pone a prueba sus habilidades comunicativas para expresar, aclarar, rebatir o defender posiciones discursivas.

“Yo creo que muchísimo, y ahí la propia experiencia sobre todo los que tenemos redes sociales o aplicaciones de mensajería desde que somos más pequeños, creo que la propia experiencia habla por sí sola porque la mayoría de nosotros o de mis amigos o yo mismo, tenemos muchísimos problemas de comunicación a través de WhatsApp, por ejemplo que si fuera en persona no los tendríamos (...) quizás yo escribo el mensaje de una forma o lo escribo sonriendo, lo escribo en un tono concreto, con un timbre concreto, pero la otra persona no está escuchando ese tono, ni la sonrisa, no está viendo ese lenguaje no verbal y claro él lo puede leer como quiera. En ese sentido los audios de wasap le dan más vida al texto, pero en Sensors al ser todo texto, no lo había pensado, pero quizás algunas cosas que hayan puesto mis compañeros, a lo mejor no lo he entendido como ellos lo han escrito”

(Mujer, 14-17)

- Un sujeto participante que reconoce, en algunos momentos, falta de atractivo en un Foro que se vuelve monótono por la reiteración de algunos temas, por el desarrollo prolongado de algunos objetivos, por la percepción de baja calidad en las intervenciones.

“El Foro es más específico, sobre temas cerrados y todos seguimos más o a menos el guion que nos marca el equipo de dirección, la verdad es que a veces cuesta un poco salirse del guion establecido”

(Hombre, 45-55)

“No... quiero decir que es un poco autocrítica... emmm... no engancho, no sé si es por experiencia pasada en estos, que es verdad que hace... 8 – 10 años hasta 4 o 5 que eran de me voy a ir a la cama que son las 4 de la mañana y mañana me levanto a las 6... Y, no he pegado ojo porque al final también es un tema más pasional... No estoy en un tema de trabajo, es un poco... quizá desde el principio y yo no me enganché y al no engancharme es como que pst... y... siempre entro y me reprendo un poco de... joder préstale más atención porque seguro que encuentras algo... un poco más tal, pero nnnno termino... No sé...Alguna vez, alguna vez... pero si me ha tenido que... o causar muy muy... o algo que diga uala buah. La has clavado ¿no?”

(Hombre, 45-55)

9. EL BLOG PERSONAL

9.1. Definición de la Herramienta.

9.2. Contexto de partida: Entrevista en profundidad y el Blog personal en Internet

9.2.1. El Blog Personal en Internet.

9.2.2. La entrevista en profundidad.

9.3. Análisis de la participación en la Comunidad Digital

9.3.1. Análisis cualitativo de la participación por tipos de Blogs Personales

9.3.1.1. Blogs Proyectivos

9.3.1.2. Blogs Etnográficos

9.3.1.3. Blogs de Opinión

9.4. Análisis del discurso sobre la percepción de la experiencia

9.4.1. Pautas de comportamiento y hábitos

9.4.2. Actitudes hacia el Blog Personal.

“Los relatos son partes del orden; por eso los creamos, para dar sentido a nuestras circunstancias, para reactivar la fábrica humana. Y en cuanto creamos y recreamos nuestras historias, creamos y recreamos tanto los hechos y lo que ellos nos dicen como a nosotros mismos. Es así como intentamos ordenar y reordenar nuestros contextos”.

(John Law. *Organizing Modernity*, (1994: 52)).

“La conversación es una totalidad: un todo que es más que la suma de sus partes, que no puede distribuirse en interlocutores ni en (inter)locuciones -por eso es la unidad mínima-. Cada interlocutor es, no una entidad, sino un proceso: al conversar cambia, como cambia el sistema en que conversa”.

(Jesús Ibáñez, 1988).

9. El Blog Personal

Iniciamos el análisis de la herramienta del Blog Personal de la Comunidad Digital y con ello en la dimensión metodológica que plantea, así como a los retos a los que se enfrenta.

En este capítulo, siguiendo la línea de análisis de las anteriores herramientas, nos adentramos en primer lugar en su definición, es decir, en el papel que tiene asignado el Blog personal como herramienta dentro de la Comunidad Digital.

En un segundo apartado nos sumergimos en dos referentes sobre los que se inspira y construye el Blog Personal de la Comunidad Digital: por una parte, proponemos una breve introducción al análisis del desarrollo de Blogs personales en Internet como herramienta de comunicación y expresión de sujetos particulares; y por otra parte, proponemos una breve reflexión sobre la técnica de investigación cualitativa, la entrevista en profundidad, como técnica que inspira los fundamentos metodológicos del Blog personal de la Comunidad Digital.

En un tercer apartado abordamos un análisis de la actividad y participación realizada durante un año en cada una de las dos Comunidades objeto de estudio.

Terminamos este capítulo del Blog Personal con un cuarto apartado que nos propone una reflexión del discurso vertido en la entrevista en profundidad sobre los usos, comportamientos y actitudes de los sujetos participantes hacia el Blog Personal.

9.1. Definición de la herramienta

A continuación, hacemos una descripción de las características más relevantes que definen al Blog Personal:

- El Blog Personal es un espacio privado para la expresión del participante, no se comparte con el resto de participantes y solo es accesible para el equipo de investigación.
- Esta herramienta aborda objetivos concretos de investigación, con una moderación que marca la pauta del Blog.
- El Blog Personal es un espacio para el desarrollo de un discurso individual, donde el sujeto experimenta el encuentro con su yo más privado e íntimo, dando rienda suelta a sus emociones, deseos e inquietudes.
- El rol del moderador debe propiciar avanzar sobre el relato espontáneo que construye el sujeto.
- A través del Blog Personal el sujeto participante relata experiencias, argumenta opiniones, recrea universos imaginarios y realiza cualquier tarea individual, sin interactuar con el grupo.
- El Blog Personal es el encuentro con la opinión individual, sin sesgos por parte del grupo, un discurso puro desde el que iniciar la discusión grupal en el Foro.

De la experiencia con los Diarios en las Comunidades Digitales, desde un año hasta siete años, en las investigaciones consideradas en esta Tesis se genera un libro documento donde quedan registradas todas las intervenciones que se han

9. El Blog Personal.

realizado en esta herramienta. Señalo las más usadas, si bien son más numerosas las registradas como veremos más adelante:

- Análisis de actitudes hacia temas sociales.
- Registros de usos y comportamientos en hábitos de consumo y compra de tecnología: Smartphone, plataformas digitales, dispositivos electrónicos, etc.
- Análisis motivacionales de hábitos de consumo y de compra.
- Valoración de propuestas de marketing de producto, servicio, comunicación, de contenidos, experiencias, naming, promociones, regalos, etc.
- Tareas proyectivas para ejercicios de co-creación y desarrollo de marca.

El Blog Personal tiene una vocación clara de ser la expresión de un relato personal. Una herramienta que crece, estimulando al sujeto a ser un observador participante de su propia realidad. Una evolución natural donde el sujeto participante se convierte en investigador de su entorno.

9.2. Entrevista en profundidad y Blog Personal de Internet

El Blog Personal de la Comunidad digital se inspira en dos herramientas que permiten el encuentro de la persona participante con sus opiniones, deseos y aspiraciones: el blog y la entrevista en profundidad.

Nos adentramos en este capítulo para conocer las claves del Blog Personal en Internet como herramienta de construcción de un relato personal digital y la entrevista en profundidad como técnica de investigación social que nos adentra en el yo narrativo del sujeto informante.

9.2.1. El Blog Personal en Internet

El Blog Personal como herramienta que procura un acto comunicativo dentro de un contexto digital nos interesa desde una doble perspectivas: por la inquietud del sujeto en compartir la narración de su yo más personal, y por la inquietud de la persona en elaborar contenidos, participando activamente en el desarrollo de un proceso comunicativo propio y único.

El Blog Personal es un buen ejemplo del impacto de las herramientas digitales en los procesos comunicativos, facilitando al sujeto la posibilidad de adoptar un rol activo como creador de contenidos y generar un flujo de interactividad entre personas, dando lugar a una comunicación altamente participativa.

Además, y recogiendo las palabras de (Li, 2005: 9) *“Internet combina la comunicación de masas y la comunicación interpersonal” impulsando fuertemente el desarrollo de las redes sociales y del fenómeno blogging, llevando a cientos de sujetos a motivarse para compartir sus vidas, experiencias, y vivencias con otras personas”*.

9. El Blog Personal.

El fenómeno Blog nace como *“un producto de una práctica social, el blogging, ejercida por determinados agentes, los bloggers, en un espacio social mediado tecnológicamente, la blogosfera”*. (Flores Márquez, Dorismilda. 2012: 2).

La blogosfera es el espacio en Internet donde se agrupan todos los blogs existentes en la Red, en la cual hay interacción entre bloggers, mediante posts o entradas, comentarios, hiperenlaces y otros mecanismos. Dentro de esta Red están los blogs personales sobre sus intereses y relatos de sus experiencias personales, recuerdos, historias, etc. Un proceso comunicativo donde el sujeto desvela las características de su identidad.

Los Blogs Personales surgieron con una vocación de diario personal en la Red y han ido evolucionando como un espacio de encuentro donde se produce intercambio de información y se genera una interacción entre el público de Internet.

La naturaleza híbrida del Blog Personal es muy interesante porque aún aspectos que nos resultan muy relevantes para esta tesis, el diario personal y la crónica social. Constituye un espacio de carácter comunicativo y público, realizado por personas no profesionalizadas, es decir no son escritores, periodistas, creadores de contenidos profesionales, sino personas con vocación de querer expresarse y reflexionar sobre sus experiencias, desde una dimensión muy emocional, dotando de una fuerte personalización a los contenidos que crean: Blog de autor.

Los Blogs Personales son un espacio para la reflexión y la expresión de sentimientos profundos, este hecho genera una relación muy cercana con sus lectores. Frey (2006: 4) nos revela que *“los blogs Personales se distinguen por tener un discurso autobiográfico predominante”*.

Flores (2012: 4) señala que *“la necesidad de expresión, el interés por dar cuenta de su paso por el mundo, la intención de conocer gente, la búsqueda de visibilidad, son las razones que motivan a sujetos a crear un blog”*.

Nardi, Schiano, Gumbrecht, y Swartz (2004) realizaron un estudio para conocer las motivaciones de los autores para escribir en blogs, y descubrieron que los autores tienen cinco motivaciones: documentar sus vidas, expresar comentarios y opiniones hacia sus intereses, liberar sus emociones, organizar sus pensamientos a través de la escritura y construir una comunidad.

En general, los estudios coinciden en que las motivaciones principales de los autores de estos blogs son el entretenimiento, la auto expresión, la socialización, expresar emociones y pensamientos y crear comunidad, estableciéndose una fuerte conexión con las motivaciones identificadas para participar en la Comunidad Digital.

El género del autor es algo destacable para comprender las motivaciones que llevan a las personas a escribir. Según Herring (et al.) (2005), las mujeres tienden a escribir más blogs de estilo personal, como un diario, mientras que los hombres tienden a escribir más sobre temas externos como política o sociedad, mientras que a las mujeres les gustan más los temas personales.

Escribir un blog implica una serie de hábitos, de valores, y de habilidades. Escribir es contar historias. Una oportunidad para desarrollar creatividad a través del lenguaje, una apuesta por la selección de palabras y de contenidos, con el objetivo de compartir conocimiento que sea atractivo a los ojos de los demás para que genere el mayor impacto posible.

9.2.2. La entrevista en profundidad

La entrevista en profundidad como técnica de investigación nos permite entrar en contacto con una dimensión discursiva muy relevantes para la comprensión de la realidad social: los discursos arquetípicos, entendiendo por arquetipo como tipo que sirve de ejemplo y modelo, al entendimiento y a la voluntad del grupo de referencia del que forma parte.

La vocación de la entrevista está perfectamente delimitada por el gran teórico de la Escuela Cualitativa de Madrid, Alfonso Ortí.

“La función metodológica básica de este tipo de entrevista en el contexto de una investigación sociológica se limita - en nuestra opinión - a la reproducción del discurso motivacional (consciente e inconsciente) de una personalidad típica en una situación social bien delimitada... En la elaboración por el entrevistado de su propio discurso, el sociólogo aspira a leer, en todas sus dimensiones y niveles únicamente las coordenadas motivacionales (psíquicas, culturales, clasistas...), más que sus características individuales. (...) En conclusión, lo que aspiramos ‘a ver’ y podemos estudiar en el discurso del entrevistado no son en este género de investigación, sus problemas personales, sino la forma social -cultural y de clase- de la estructura de su personalidad y los condicionamientos ideológicos de su proceso motivacional típico” (Ortí, 1986: 178- 179).

“... este enfoque cualitativo, inherente a la investigación motivacional profunda, exige precisamente la libre manifestación por los sujetos encuestados de sus intereses informativos (recuerdo espontáneo), creencias (expectativas y orientaciones de valor

sobre las informaciones recibidas) y deseos (motivaciones internas conscientes e inconscientes)” (Ortí, 1986: 195)

Señalando a Alonso (1998) la entrevista en profundidad es una técnica que nos acerca a las motivaciones, a los recuerdos y creencias, siendo de especial utilidad en procesos de reconstrucción de acciones pasadas, enfoques biográficos, análisis retrospectivo de la acción. También nos acerca al estudio de las representaciones sociales, sistemas de normas y valores asumidos, imágenes y creencias, códigos y estereotipos, trayectorias vitales. Finalmente resaltar su gran utilidad en la prospección de campos semánticos, vocabulario y discursos arquetípicos de grupos y colectivos.

La entrevista en profundidad nos traslada una experiencia personalizada desde la palabra, de lo manifiesto y de lo latente, permitiendo abordar un análisis de la significación y del sentido de las respuestas como parte de la construcción del discurso social.

A continuación, detallamos fundamentos básicos de la entrevista en profundidad, que serán fuente de inspiración para el desarrollo del Blog personal de la Comunidad Digital como espacio para desarrollo del - yo narrativo - del sujeto participante (Alonso, 1998):

- La producción de un discurso conversacional (el encuentro). La entrevista personal es una técnica de investigación que se recrea en un escenario donde dos personas, informante e investigador – mantienen una conversación dirigida y registrada por el entrevistador con el propósito de favorecer la producción de un discurso conversacional.
- La comunicación biográfica (lo experimentado, lo vivido, la confidencia). La entrevista es un proceso comunicativo dirigido a extraer la información

9. El Blog Personal.

que ha sido experimentada y absorbida por el entrevistado y que forma parte de su biografía. Nos adentra en el yo íntimo y cotidiano del sujeto, en un espacio de confianza.

- El Yo narrativo (la interpretación de lo vivido). Un relato cargado de representaciones asociadas a los acontecimientos vividos por el entrevistado, una interpretación de lo vivido, mediado por la memoria. Una técnica cualitativa que permite al sujeto describir y hablar sobre sus propias vidas con sus propias palabras.
- El decir del hacer (el relato de la práctica, del comportamiento). La entrevista en profundidad se centra en los comportamientos en cómo actúa o actuó en relación con un asunto más que en la opinión del asunto. Un discurso que puede ser renovado cada vez que se renueve la práctica. Trata de participar en la vida del sujeto informante, el objetivo es tomar contacto la dinámica social, hasta el punto de captarlas en su momento de expresión más dinámica.
- El pacto de la conversación (la facilitación del encuentro). Manifestar claramente los objetivos de la investigación que trascienden al encuentro, así como el carácter de la privacidad de la información facilita el escenario para el encuentro y el desarrollo de un dialogo intimista que facilite el fluir de la entrevista.
- El investigador (la conexión con el sujeto participante).

Al investigador se le exige unas aptitudes para conseguir un discurso relevante por parte del informante:

- Una escucha activa y metódica.

- Habilidades para la facilitar la comunicación a través de una actitud empática, que coloque al investigador en una posición de igualdad y reciprocidad con el informante, con capacidad de crear vínculos psicoafectivos, compartiendo el interés por el objeto de estudio.
- Requiere hacer una aproximación individualizada de cada entrevistado, según su contexto, el diseño de un estilo y una formulación de las preguntas según cada participante.
- Desarrolla una conversación no directiva, abierta a la espontaneidad del sujeto, donde la retroalimentación es clave y los papeles están abiertos, no hay una estructura cerrada de preguntas- respuestas.
- Un seguimiento muy cercano ya que en el proceso de interacción es donde se va gestando la entrevista, siguiendo un objetivo claro del investigador donde hay una toma de conciencia clara de las preguntas relevantes y significativas.

“En la entrevista abierta (...) El entrevistador tiene que actuar para provocar al entrevistado a hablar, evitando canalizar o conducir su habla. Los modos generales de actuación siguen siendo la reformulación y la interpretación, pero los tiene que poner en juego con más frecuencia que en el grupo de discusión. El movimiento del entrevistador por la entrevista es tan delicado y problemático como el de un caracol reptando a lo largo del filo de una navaja barbera. Cualquier diseño previo de sus intervenciones - cualquier cuestionario o guía- provocará el corte, y el habla del entrevistado se derramará en el discurso del entrevistador” (Ibáñez, 1986a: 62).

9. El Blog Personal.

“La entrevista es una conversación, es el arte de realizar preguntas y escuchar respuestas. Como técnica de recogida de datos, está fuertemente influenciada por las características personales del entrevistador”. (Denzin y Lincoln 2005)

El carácter abierto de la entrevista en profundidad es uno de sus máximas aportaciones a la Comunidad Digital. junto con la cuidada selección de arquetipos que ocupen diferentes posiciones sociales con relación al fenómeno observado, donde el sujeto es portador de su propio relato que no debe de ser alterado por el investigador, sobre todo al comienzo del proceso.

La entrevista tiene el objetivo de recoger las representaciones sociales que aparecen de las confesiones de naturaleza intimista, así como de matizaciones y de disensos que difícilmente emergerían en una situación grupal.

Desde la palabra y también del silencio como puerta abierta a la confesión, el entrevistador ha de esperar constantemente que el entrevistado vaya más allá de lo dicho, tal vez adscrito a la norma legitimada. El silencio es siempre un callar activo: no es algo que se calla porque se ignora sino, al contrario, es algo que se calla porque se conoce.

Finalmente, las entrevistas etnográficas como método de investigación de la realidad social de un colectivo como técnica de alto valor para el conocimiento de comportamientos, normas y creencias que rigen una comunidad. Recogemos de Martínez (1996:200) los elementos esenciales de una investigación etnográfica a modo de síntesis:

- Un enfoque inicial exploratorio y de apertura mental ante el problema a investigar.
- Una participación intensa del investigador en el medio social a estudiar.

- Uso de técnicas múltiples e intensivas de investigación con énfasis en la observación participante y en la entrevista con informadores representativos.
- Un esfuerzo explícito para comprender los eventos con el significado que tienen para quienes están en ese medio social.
- Un marco interpretativo que destaca el papel importante del conjunto de variables en su contexto natural para la determinación de la conducta, y que pone énfasis en la interrelación holística y ecológica de la conducta y los eventos dentro de su sistema funcional.
- Resultados escritos (Etnografía) en los que se interpretan los eventos de acuerdo con los criterios señalados y se describe la situación con riqueza de detalles y, tan vívidamente, que el lector pueda tener una vivencia profunda de lo que es esa realidad.

9.3. Análisis de la participación en la Comunidad Digital

En cada una de las Comunidades Digitales objeto de estudio (jóvenes y adultos), se han realizado 40 Blogs Personales por año. Una intensidad que la convierte en la herramienta con mayor actividad dentro de la Comunidad Digital.

Una herramienta utilizada para abordar múltiples objetivos de investigación que requieran la producción de un discurso personal e individual.

La participación en el Blog Personal es muy alta con un mínimo del 85% se puede decir que la mayoría de las personas mantienen una participación muy activa en el Blog Personal.

El Blog Personal facilita la generación de discursos individuales, sin interferencias de otros, de carácter muy personal, una oportunidad para el sujeto a abrirse a una mayor intimidad que le permita profundizar en su realidad. Además, es un escenario muy recurrente para tareas proyectivas, para el desarrollo de co-creación; así como para el análisis de las representaciones simbólicas que forman parte del imaginario personal en lo referente al objeto de estudio.

En un año se han abordado, en las dos comunidades digitales, objetivos relacionados con:

- Actividades de co-creación.
- Análisis de Comunicación: conceptos y desarrollos creativos.
- Estudios actitudinales hacia temas sociales: sensibilidades sociales entre jóvenes, expectativas de futuro, etc.
- Estudios actitudinales hacia la tecnología: velocidad, 5G y diferentes

servicios tecnológicos como control parental, antivirus, domótica, etc.


























































- Registro de pautas de consumo: TV, RRSS, APPS, etc...
- Análisis de comportamientos de compra: Biografías de una compra/ contratación de servicios.
- Análisis de marca: diagnósticos de posicionamiento.
- Test de productos.
- Promociones, naming, servicios, eventos, user experiences, etc.

TABLA 16. Tablón Blog Personal Comunidad de adultos

 Valoración de Proceso de Comunicación en dos Pasos. Paso 1. 20/05/19 11:39 h, por Moderador %   Sin respuestas	 Oferta de verano 23/05/19 13:19 h, por Moderador %    Sin respuestas
 La Comunicación entre la Operadora y yo 13/05/19 11:35 h, por Moderador %  Sin respuestas	 La locura del verano 21/05/19 13:30 h, por Moderador %  Sin respuestas
 Express: ¿Con cuál te quedas? 03/05/19 13:24 h, por Moderador %    Sin respuestas	 El claim que define cada tarifa 17/05/19 13:46 h, por Moderador %    Sin respuestas
 Express: ¿Con cuál te quedas? 03/05/19 13:23 h, por Moderador %  Sin respuestas	 Relato de una tarifa 30/04/19 14:27 h, por Moderador %  Sin respuestas
 Express: ¿Con cuál te quedas? 03/05/19 13:22 h, por Moderador %    Sin respuestas	 Relato de una tarifa 30/04/19 14:18 h, por Moderador %    Sin respuestas
 El 5G y los datos 03/05/19 13:26 h, por Moderador %  Sin respuestas	 Recuerdo de publicidad de Operadoras 25/04/19 17:33 h, por Moderador %  Sin respuestas
 El Universo 5G 27/05/19 13:26 h, por Moderador %  Sin respuestas	 El impacto de la pantalla 11/04/19 16:34 h, por Moderador %  Sin respuestas
 Oferta de verano 23/05/19 13:19 h, por Moderador %  Sin respuestas	 Mi vida en la Comunidad Sensors 29/03/19 10:24 h, por Moderador %  Sin respuestas
 Oferta de verano 23/05/19 13:18 h, por Moderador %    Sin respuestas	 Un día en la vida del cliente 08/03/19 12:11 h, por Moderador %  Sin respuestas
 La locura del verano 21/05/19 13:30 h, por Moderador %  Sin respuestas	 Un día en la vida del cliente 08/03/19 12:11 h, por Moderador %  Sin respuestas

9. El Blog Personal.

TABLA 17. Tablón Blog Personal Comunidad de jóvenes

 Navegando por ... 27/03/20 15:20 h, por Moderador   Sin respuestas	 La promoción para Black Friday 20/09/19 12:58 h, por Moderador   Sin respuestas
 ¿Quién es ...? 24/02/20 17:54 h, por Moderador   Sin respuestas	 Diario de una seducción 12/09/19 18:41 h, por Moderador   Nuevo Sin respuestas
 Regalos en eventos 13/02/20 14:28 h, por Moderador   Nuevo Sin respuestas	 Construyendo mundos imaginarios 05/09/19 09:09 h, por Moderador   Sin respuestas
 EXPRESS: Última propuesta de campaña 20/02/20 17:35 h, por Moderador   Sin respuestas	 Ranking de acciones 11/07/19 15:20 h, por Moderador   Nuevo Sin respuestas
 EXPRESS: Para ti, ¿qué es 'SALSEO'? 19/02/20 19:09 h, por Moderador   Sin respuestas	 Construyendo tu TV 19/06/19 10:21 h, por Moderador   Nuevo Sin respuestas
 ¿Qué te parece este Talent Show? 13/02/20 16:18 h, por Moderador   Sin respuestas	 Batir a Netflix 14/06/19 11:01 h, por Moderador   Sin respuestas
 Valorando personajes de nueva comunicación 09/02/20 17:26 h, por Moderador   Sin respuestas	 Tus canales 07/06/19 14:30 h, por Moderador   Nuevo Sin respuestas
 Un nuevo concepto creativo 31/01/20 13:22 h, por Moderador   Sin respuestas	 Mis acciones sostenibles / eco-friendly 23/05/19 13:01 h, por Moderador   Nuevo Sin respuestas
 Evaluando ideas de campañas de comunicación 27/01/20 13:16 h, por Moderador   Sin respuestas	 El impacto de la pantalla 07/05/19 06:18 h, por Moderador   Sin respuestas
	 Mi beneficio preferido 17/04/19 10:55 h, por Moderador   Sin respuestas

A continuación, proponemos una categorización de Blogs Personales según objetivos de investigación que se quiere abordar.

9.3.1. Análisis cualitativo de la participación por tipos de Blogs Personales

La Comunidad Digital desarrolla tres tipos de Blogs Personales que responden a tres planteamientos diferenciados de moderación, y que colocan al sujeto en diferentes posiciones como participante: Blogs proyectivos, etnográficos y de opinión.

Cada tipo de Blog está enfocado al desarrollo de un tipo de objetivo de investigación.

9.3.1.1. Blogs Proyectivos

Son Blogs abiertos a la narración del sujeto, con una moderación que se basa en una instrucción abierta al pensamiento divergente y a la proyección de mundos imaginarios.

Los Blogs abiertos abren al sujeto a una experiencia nueva, creativa dando lugar a textos ricos en matices y en simbología, se suelen utilizar para trabajos relacionados con proyectos de co-creación y de análisis de marca donde la posición divergente del sujeto es la clave del relato, dando lugar a textos innovadores, una escritura digital sorprendentemente dinámica y creativa.

Los Blogs personales son ricos en análisis discursivos, otorgando total libertad al sujeto a delimitar las claves del objeto de estudio, inspirando, desvelando y ahondando en temas que quizás no habían sido contemplados inicialmente y proporcionando territorios nuevos a explorar.

Un discurso rico en simbología desde donde ahondar en aspectos motivacionales del sujeto y en el mundo de las representaciones sociales que inunda el imaginario colectivo, aspectos claves en procesos estratégicos de desarrollo de marca y de marketing.

El Blog proyectivo personal se desarrolla con una estructura narrativa extensa que a modo de relato el sujeto participante cuenta historias donde proyectarse como sujetos reales o imaginarios desde una narración escrita con apoyo de recursos fotográficos y audiovisuales que completan la narración.

9. El Blog Personal.

Una moderación atenta para profundizar sobre el texto, generando una conversación que trabaja en la ampliación del relato con mayor riqueza de matices para el análisis.

Dos ejemplos que nos trasladan el potencial discursivo de Blog personal.

Ejemplo 1: Blog personal: La isla de la Amabilidad

¿Nos vamos a la isla de la Amabilidad?

Para transportarnos allí necesitamos que dejes volar tu imaginación y que una vez en la isla de la Amabilidad nos relates qué ves, cómo se vive allí, en qué situaciones vives la amabilidad, cómo la recibes, ...

Para esta actividad puedes ayudarte de vídeos, imágenes, música que se escuche en esta isla de la Amabilidad, ... Todo aquello que te ayude a transportarte allí.

¡Nos encontramos en la isla”

“Como cada mañana me levanto pronto en isla Solaz. El sol coquettea con la ventana de mi dormitorio mientras la luna se acuesta mecida entre las olas que van y vienen con calma parsimoniosa. Un trago de leche de coco es suficiente para refrescar mi cuerpo antes de deslizarme camino abajo hasta la playa donde mis pies desnudos atarán la arena fina de la playa mientras comienzo a sudar por el esfuerzo de la carrera que me despierta, me proporciona vigor y hambre para volver a casa donde, dependiendo del tiempo empleado en la carrera y posterior baño entre las olas, ya está mi pareja levantada con café humeante o me toca a mí despertarla con tan inconfundible aroma.... (Porque nadie como tú me sabe hacer... café.....)

Es pronto todavía, pero es que en isla Solaz amanece pronto. Una vez repuesto del completo desayuno (conviene dejar cositas a la imaginación....) un poco de teletrabajo. Quedaron cosas pendientes en la bandeja de tareas pendientes de ayer, y entró un correo proponiendo una actividad interesante. Hoy las temperaturas nos obsequian con un suave calorcito, en la sombra del emparrado se está de fenómenos, y ya es tiempo de aperitivo. Mientras llega el fin de semana, donde mis amigos traerán un vermut que compran en una tasquita de Madrid, nos conformamos con una cerveza fresquita.

Ayer a la tarde me dejé caer por el mercado que vinieron barcos con buen pescado. Luna y Tural siempre cuidan a sus clientes. Tanto que siempre tienen la pescadería llena. Toca esperar turno. No hay prisa, no existe mejor regalo para mis castigados oídos por el RnR. Desde que nos visitó Ricardo, el médico que sana con su técnica precisa y la magia que desprenden sus fotografías, esa atmósfera cargada de los garitos de blues

Acá irían las fotos nos trajo esas músicas que engancharon a Tural y que inundan de frescos ritmos la pescadería...

(<https://www.youtube.com/watch?v=zc30s7Uttgw>)

YO: Tural, necesito pescados para la fiesta de esta noche en la playa. Qué tienes?.

TURAL: Estamos de enhorabuena, Esta mañana en la lonja había de todo, muy fresco. Ya sabes que Sebastián siempre me guarda algo de su “cosecha particular”. Me ha dicho que llevará unos langostinos espectaculares. Te paso una foto al wsp.

YO: Gracias Tural, da gusto con vosotros siempre. Ponme esos pulpos, que esta noche los llevaremos a la playa para asarlos.

Al salir me encontré con Julián que se puso pesado en llevarme a casa en su ciclomotor. No hubo manera de decirle que la temperatura era buena y que me vendría bien caminar. Al final terminó en casa tomando un café para que mi pareja le configurara el móvil nuevo. Mira que la compañía tiene tutoriales facilones, incluso por youtube pero Julián es así.

Después de la comida, acabamos tumbados en el emparrado viendo la nueva serie que acababa de liberar netflix (La catedral del mar).

Tarde tranquila de preparativos para acabar a la caída del día en la playa, donde dimos la bienvenida a un par de parejas nuevas en isla Solaz. Hicimos el pulpo, los langostinos, etc. y al fuego, cantamos canciones con las guitarras, hubo baile, ron, risas compartidas. Qué bien se van a integrar, Xoel agarró la guitarra y volvió loco a Tural con canciones como estas:

<https://www.youtube.com/watch?v=0E1bNmyPWww>

<https://www.youtube.com/watch?v=s937ZRt470M>

<https://www.youtube.com/watch?v=lgyRIKK3ay4>

<https://www.youtube.com/watch?v=S6EbORrYL0k>

Qué noche la de aquel día, la de aquella mañana cuando ya nos retiramos a la casa después de una noche de fiesta mecida por la suave brisa de isla solaz.”

“Me imagino un lugar en paz, sin conflictos, en el que puedo disfrutar de mi familia a la vez que cumplo con mis obligaciones en el trabajo, en la isla todo es buena educación, no ves ni escuchas gestos o palabras mal sonantes o subidas de tono, la gente no tiene prisa por llegar ya q el tiempo se mide de otra forma, el dinero no lo es todo y la solidaridad entre los ciudadanos es la prioridad, a nadie le falta de nada y todo el mundo colabora en sostener la sociedad. Al levantarte por la mañana me despierta una emisora de música de los 70, me encanta, no se habla de política ni problemas, sin prisa pero sin pausa vamos a llevar a los peques al cole, es importante q sepan q estás ahí, con ellos, no ahí problema pq en el trabajo el tiempo se recupera de muchas formas, queda te más rato, trabajando desde casa,....no hay problemas en este sentido, nadie va en coche, todo se mueve en transporte público eléctrico, muy eficaz y suficiente, el espacio de la isla no es muy grande y es controlable, en las empresas se prima la eficacia, pero siempre dentro del respeto a las personas y sus limitaciones, no sobra nadie, todo el mundo aporta lo que sabe, aunque sea poco. En el aspecto político la isla se rige por una especie de parlamento elegido de entre todos los habitantes que deseen colaborar. Existen muchas posibilidades de disfrutar del ocio, de las playas y montañas q tiene la isla, sus habitantes pueden disfrutar de todos los recursos libremente, ya que el respeto por el medio ambiente es también una prioridad, toda la energía proviene de fuentes renovables, sol, viento, mar, tierra...y no tienen problemas de dependencia, las gentes saben q tienen q ser moderados en su consumo, el reciclado y la reutilización también es prioritario, no nos podemos permitir crear vertederos ni incinerar residuos para emitir dioxinas al ambiente de ahí la importancia de no generar residuos y consumir de manera inteligente. En definitiva, la isla de la amabilidad es respetuosa con las personas y con su entorno, es un lugar idílico q quizás exista, pero no sé dónde...”

Ejemplo 2: El diario de...

¡Hola a todxs!

Hoy te queremos presentar a una persona que se describe así...(información confidencial del cliente de propuesta de servicio)

A partir de esta descripción te proponemos que hagas una representación del usuario con un collage combinando imágenes y relato escrito que te permitan representar su día a día, los contextos en los que se mueve... y completa el título: "El diario de..." dando un apodo/alias al usuario descrito.

¡Muchas gracias!

"El personaje que intento construir es una mujer de mediana edad, como de 40 años aproximadamente. No ha de ser un bellezón ni tener un cuerpo escultural. Una mujer con magnetismo personal, lo dan las características del modelo propuesto.

Es una mujer eminentemente urbana, se desenvuelve con soltura de diario en entornos de negocio de Madrid, igual Gran Vía que las Cuatro Torres. Asume su profesión pero no hace de ello su vida. En su ocio afterwork se la puede ver igual por el barrio de las letras como por Lavapiés o Latina.

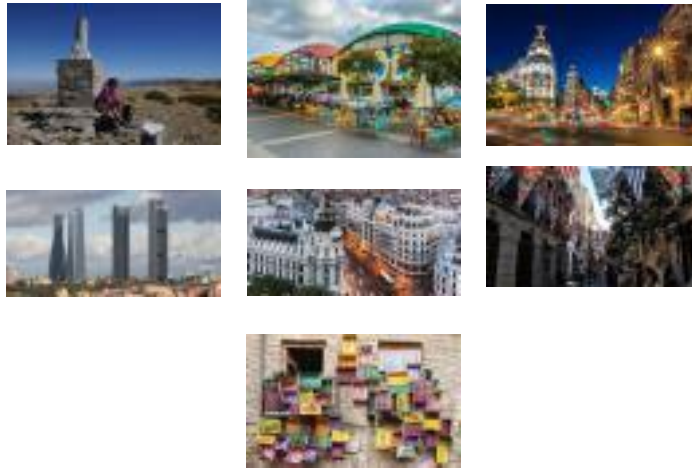
Amante de la cultura y cualquier manifestación artística que sigue con pasión a sus referentes culturales. En este sentido es bastante ecléctica, igual la puedes ver en un concierto de Rock and Roll como en un festival de hip hop o en el Auditorio Nacional escuchando música clásica. Igual en el Prado que en una muestra de arte urbano.

Sus fines de semana/puentes/vacaciones es un alma libertaria de la montaña. Ahí da rienda suelta a su indómito carácter y le gusta mezclarse con todo tipo de naturaleza.

No olvidemos que ese carácter positivo y arrasador también tiene su connotación en sus escapadas montaÑeras.... También ahí requiere conexión que la siga el ritmo, y no le dolerán prendas en exigirlo con el mismo entusiasmo y fiereza que negocia un contrato o marcha de una compañía de servicios tecnológicos si no le satisface.

Es un primer acercamiento al personaje. Solicito feedback para ampliar la construcción del personaje o tirar por otro lado

Salud



Hola

Disculpad la demora pero me pasó desapercibido el feedback

En el grupo de amigos sería ciudadana ahorro, en clara alusión a la película ciudadano kane que fue tan famosa en tiempos.

Sin duda la característica que más la define es las ganas de estar viva, de exprimir la vida.

La idea de pensar en una mujer para esto es porque observo a mi alrededor que cada vez más mujeres se animan a entrar en esto de la tecnología y de ir a las operadoras a interesarse y contratar buenos productos, vamos que ya no es solo 'cosa de hombres'.

Creo que en publicidad, una mujer con este potencial sería interesante. Por un lado por justicia poética, como reconocimiento a otro 'techo de cristal' que sin ruidos ni aspavientos rompen. Por otra parte porque hay muchas mujeres metidas hasta las cejas en temas tecnológicos y es una forma de ser visibles. Por otra parte, como homenaje a mujeres como mi madre, que de siempre han sido las ministras de la hacienda casera, y que como tal, han pasado siempre de cosas superfluas y chisporroteantes y han ido al grano, a lo que quieres/necesitas y no se han dejado convencer con bonitas palabras.

Espero haber resuelto las dudas, y sobre todo no haber creado más.... jajajaja

Encantado de aportar cosas interesantes a este proyecto, para eso nos *llamasteis no?*

Salud

Buenos días xxx,

A raíz de tu primera aproximación nos entra curiosidad... ¿Qué apodo recibiría esta mujer en tu grupo de amigos? ¿Cuál es la característica principal que la define? De todas las que nos has contado... ¿Cuál es la que le da un nombre?

También nos surge una duda,... ¿Qué te ha llevado a pensar en esta mujer? ¿Desde qué punto has empezado a desarrollar este perfil?

¡Muchas gracias por tu trabajo!

9.3.1.2. Blogs Etnográficos

Son Blogs semiestructurados que colocan al sujeto en una posición de libertad para hablar de su vida, experiencias o situaciones, con un enfoque exploratorio y de apertura mental hacia el objeto investigado.

Los Blogs de naturaleza etnográfica se desarrollan con una moderación pautada por el moderador, pero a modo de guía de puntos abiertos que enmarcan el contexto de la tarea, con una vocación clara de dejar al sujeto que se exprese libremente y defina los elementos que consideran son relevantes y sobre los que quiere hablar. El moderador en este tipo de Blogs debe de estar muy atento a que el sujeto participante no se desvíe del objetivo de la investigación, reconduciéndolo si es necesario de una forma muy sutil y natural.

Una narración que se acerca al Diario personal y el registro etnográfico de las vivencias y comportamientos a través de diarios de registro, con una participación muy intensa del sujeto participante, llegando a involucrar a sujetos representativos de su entorno cercano si lo requiere la tarea (familiares, amigos, vecinos).

Una tarea centrada en la escritura con una fuerte connotación oral, muy cercana al habla más personal e incluso intimista, rica en detalles que trasladan la vivencia de lo que es la realidad que se está observando.

A continuación, detallamos tres ejemplos de Blogs etnográficos.

Ejemplo 3: La compra de mi último Smartphone

Hola a todxs!

Os proponemos un RELATO sobre vuestra última compra de un Smartphone.

Hablamos de...

Inquietudes, sensaciones, expectativas, deseos, barreras, etc, encontradas durante el proceso de adquisición de un nuevo terminal de Smarthphone.

Y también queremos que nos habléis de...

El tiempo que le dedicaste al proceso, de los canales que utilizaste, así como y de las personas que estuvieron involucradas.

Para ponernos en contexto, detállanos hace cuánto tiempo fue, qué modelo (renovaste y adquiriste) y el detonante del cambio, qué necesidad motivó el cambio del Smarthphone.

¡¡Muchas gracias!!

“Yo hasta la compra de mi último smartphone era una persona que llevaba un tiempo adquiriendo terminales en el mercado de segunda mano, ya que siempre he sido una persona a la que le gusta ir a la última y tener los mejores modelos, pero que su vez no podía permitirme el pagar una fortuna por un móvil aunque si que entraba dentro de mis posibilidades el realizar la compra de ese smartphone pero usado. Mi último smartphone sin embargo si que lo compré nuevo pero proveniente de china, es decir por un precio bastante inferior al que costaba en España nuevo pude comprar el smartphone que quería, pero no todo son ventajas, las principales desventajas de hacer lo que hice son: que estas adelantando una cantidad bastante grande de dinero (480 eur) a una pagina web que no es la oficial, en mi caso fue Gearbest, en principio tiene muy buenas reseñas y valoraciones de la gente que la ha usado, pero si te sale mal no tienes la certeza de recuperar tu dinero, yo pagué con Paypal que en estos casos suele proteger al comprador de toda venta si no te llega el producto, llega en mal estado o llega un producto distinto al pedido inicialmente, pero ya tienes que iniciar un proceso de disputa con paypal..., otro punto negativo es el tiempo que tarda en llegarte, cuando tu compras de segunda mano o nuevo en tienda u online pero en España a través del fabricante suele tardar en llegarte 2-3 días como mucho aprox, aquí yo me tiré muchísimo tiempo esperando a recibir el móvil, estaba muy nervioso, hablé varias veces con el soporte de la web para ver

donde estaba el paquete...,me alivié cuando el seguimiento puso que ya lo tenía Correos en su poder, una vez entró aquí en España, pero hasta qué no lo abrí y pude verlo con mis propios ojos no me quede tranquilo del todo porque alomejor podían haberme dado otra cosa, y el último punto negativo sería la perdida de garantía, cuando compras fuera de España a través de una pagina no oficial la garantía te la da la web china donde compraste, pero si no recuerdo mal creo que solo durante 12 meses y teniéndolo que enviar tu a China para que lo reparen, y evidentemente sin la seguridad de que vaya a volver, si lo llevas al soporte en España te lo arreglan pero pagando, como si el móvil no estuviera en garantía aunque si lo este, lo positivo es el ahorro de dinero, ahorré unos 100 eur o un poco mas comparado con lo que valía aquí, ya es cuestión de cada uno valorar si merece la pena el riesgo o no.

Siempre suelo tirarme bastante tiempo tanto para decidir el móvil que voy a comprar, consulto las principales páginas y sobretodo canales de Youtube de referencia para ver que móvil encaja mejor con mis necesidades, como luego una vez decidido, el comparar en varias paginas cual es el precio mas barato al que lo puedo encontrar (ya sea en España, en China, de primera o de segunda mano), eso sí cuando compro de segunda mano el móvil está usado pero muy muy poco, procuro que este como nuevo y que haya sido usado como mucho 1 mes, el único involucrado en el proceso de compra soy yo, realmente no me ayuda nadie, soy yo y el vendedor.

Para ponernos en contexto, detállanos hace cuánto tiempo fue, qué modelo (renovaste y adquiriste) y el detonante del cambio, qué necesidad/ impulso motivó el cambio del Smarthphone.

Fue exactamente el 29/08/2017, renové un LG G4 y adquirí un OnePlus 5, y lo cambie porque ya no me duraba tanto la batería, y porque buscaba un móvil completo (un móvil todoterreno en todos los sentidos), sobretodo buscaba un móvil muy rapido, capaz de realizarlo todo sin ningun tipo de relentizacion y la verdad es que hice muy buena compra, el cambio fue abismal pese a que el G4 también dio guerra en su día.”

Ejemplo 4: L@s hij@s

¡Hola a tod@s!

Iniciamos un nuevo objetivo y para ello queremos que volváis la mirada hacia vuestros hijos adolescentes y jóvenes y que compartáis con nosotros aspectos que sabemos son de gran intimidad y de importancia, de antemano gracias por compartirlo con nosotros.

El Diario pretende ser una reflexión sobre cuáles creéis que son los principales problemas que tienen vuestros hijos, por los que se sienten afectados, cómo los viven, si hablan de ellos con vosotros, en definitiva hacer una fotografía de la realidad más difícil del joven o adolescente de hoy.

Y, por otro lado, queremos diferenciar aquellos problemas que vosotros percibís, más allá de que ellos lo vivan como un problema o no.

En definitiva, el objetivo es hacer una reflexión de las problemáticas que identificáis en su entorno, el impacto que están generando en sus vidas y las herramientas de las que disponen o las que vosotros les ofrecéis para combatir estos problemas.

“Hola, yo tengo dos niños, un niño de 6 años y una niña de 2. La verdad es que en la pequeña no identifico problemas o que ella sienta que tiene alguno, parece feliz, juega en el cole, en el parque, en casa, es muy obediente y simpática, parlanchina y amigable. Es muy lanzada, a veces demasiado, y se va más lejos de lo que sería aconsejable para mi gusto, mi miedo a perderla de vista es continuo, el tráfico, las noticias de personas merodeando... todo es un poco paranoia pero bueno toda precaución es buena. de momento el tema internet con ella no nos preocupa, pero es un tema que debemos tener en cuenta ya con el mayor.

El mayor ya está en primaria, es mayor, como dice el, una nueva etapa, incertidumbre y preocupaciones para el, que dice que no le gusta que le gustaba más infantil, ahora ya le empiezan a presionar con obligaciones, pequeñas, pero obligaciones de deberes, de horarios más estrictos, otros amigos, otro patio...preocupacion por sus compañías, que si este compañero le molesta en el patio y le pega, que si este otro le distrae en clase.... nos preocupa mucho que sea feliz en el cole, con sus amigos, que juegue y se divierta, que lo pase bien con nosotros jugando y haciendo los deberes (cosa difícil d momento, no le gsta).

En el momento actual, los posibles miedos o preocupaciones por lo que pueda suceder en el día a día son para el mayor, ya más conocedor del entorno y de las tecnologías, aunque todavía pronto para entrar de lleno.

El mayor tiene miedo y lo muestra a menudo a estar solo, y procuramos ayudarle a superar este miedo, con calma y poco a poco, la peque es un terremoto y de momento no muestra ese miedo.

Las herramientas para superar los problemas que puedan tener los pequeños a mi entender son, mucha comunicación, intentar hablar de todo con ellos, más con el mayor, aunque la peque ya empieza a hablar sus cosillas, sus miedos, sus problemas en el cole, con los profes, amigos...sus inquietudes y aspiraciones, todo en general.

Comunicación con los profesores por si algo fuera mal, si el niño cambia de actitud de manera repentina, control de la información a la que acceden a través de medios electrónicos y supongo que cuando sean mayores con quien se relacionan a través de estos medios....esto me da especial miedo.”

“En mi caso al tener dos hijos de diferentes edades los problemas son diferentes.

El mayor por ejemplo, el mayor problema que ha tenido es su vida fue que le hiciesen bullying durante toda su etapa de primaria que se agudizó en 1 de la ESO. En el colegio donde curso primaria no nos hacían caso y cuando terminé y paso al instituto lo cambiamos de instituto pensando que de esa forma erradicábamos todo el mal. Pues más de lejos de la realidad, por desgracia había chicos del cole de primaria y de este nuevo instituto que se conocían por lo que siguió el bullying, esta vez peor. Lo denuncié a la dirección del centro y a inspección de educación y afortunadamente nos hicieron caso. Pudimos mover a mi hijo a otro segundo instituto esta vez a la otra punta de la ciudad y de esa forma mi hijo ha podido descansar de este episodio. El problema es que no tiene amigos amigos, pues aunque ha ido a terapia aun le quedan secuelas. Ahora está cursando FP de grado medio y en su primer año está muy contento por estudiar lo que le gusta y ha congeniado bien con sus compañeros, de edades como la suya y superiores. Sueño con que llegue el día que me diga papa me voy con mis amigos a dar una vuelta.

Estos son los mayores problemas que yo veo en mi hijo mayor. También me preocupa que está muy enganchado a los aparatos tecnológicos, Play 4, móvil, videos de youtuber, etc. Parte de este problema creo que es debido a

que no tiene amigos con los que salir. Es una lucha constante para separarle de esos dichosos 'cacharritos'.

Nosotros le animamos a que ahora en su nueva etapa escolar, que ha congeniado bien con los compañeros que queden y salga un poco. De momento han quedado este sábado para ir al cine. Ya no recuerdo cuando fue la última vez que salió así, creo que estaba en primaria. En fin, espero que esto sea el punto de inflexión, pues así creo que se matarían dos pájaros de un tiro, por un lado saldría y haría amigos y por otro se despegaría de las tecnologías un poco.

Respecto a mi hijo pequeño, pues lo que más nos preocupa es que también está muy enganchado a los aparatos tecnológicos como su hermano. Tampoco sale a la calle a jugar con los amigos pues aunque tiene 12 años podría hacerlo pero dice que se aburre por que cuando ha salido solo hacen maldadas y el lo que quiere es jugar al fútbol. Es un chico muy deportista pues juega al fútbol en un equipo y hace judo, pero a la vez es muy competitivo y se lo toma muy a pecho todo y esto también nos preocupa por que muchas veces debido a esto discute con los amigos por que como digo se lo toma todo muy en serio.

Nosotros intentamos como con el mayor que quede con los amigos, pero dice que los amigos del fútbol, que no hacen maldades, prefieren jugar on line a la play, con lo que de momento lo tenemos un poco difícil para evitar el contacto con este tipo de aparatos, solo nos queda restringirselos. Y con respecto a la competitividad, le decimos que no se lo tome todo así, que es solo un deporte, tanto el fútbol como el judo, y que si no gana no pasa nada, que lo importante es divertirse y hacer ejercicio físico. Hay veces que lo acepta y otras no. Poco a poco.

Me ha costado contar lo de mi hijo mayor pues no me gusta recordarlo, pero no pasa nada, también es bueno ver que de lo malo se puede salir con ayuda, cariño y eso sí, un poquito de suerte.

Muchas gracias para haber compartido esta experiencia a pesar de la dificultad y la intimidad de la situación. Nos ayuda mucho a entender.

Gracias JCMP, estamos seguros que es un punto de inflexión como tu comentas.

¡Un abrazo!"

Ejemplo 5. Mis acciones sostenibles / eco-friendly

¡Muy buenas a tod@s!

Iniciamos un tema que ya hemos abordado en otras ocasiones en la Comunidad dentro del contexto de aspectos de vuestra realidad social que os preocupan. Hablamos en esta ocasión de la importancia que tiene para vosotros conceptos como SOSTENIBILIDAD, ECO – FRIENDLY, en vuestros actos de consumo.

Nos gustaría que hicierais una reflexión sobre este tema, teniendo en cuenta estos puntos para guiaros en vuestro Diario, teniendo en cuenta que es absolutamente libre y podéis expresaros como queráis:

¿Consideras que sea un tema que tiene peso en tu día a día? ¿Por qué?

Qué tipo de acciones haces que hablen de SOSTENIBILIDAD o de ECO FRIENDLY.

Cuando iniciaste este tipo de comportamientos, si los realizas. Qué activó este impulso / sensibilización hacia el cuidado del entorno en el que vives.

Y cómo ves tu entorno social más cercano (familia, amigos) en lo referente a comportamientos Sostenibles o Eco friendly.

Os recordamos que hablamos de toda la realidad social que os rodea, es decir la aplicación de los conceptos de sostenibilidad y eco- friendly en cualquier sector de consumo: alimentación, transporte, ocio, moda, distribución, energía, educación, etc.

¡Muchas gracias por darnos vuestra reflexión más personal!

“A nivel personal trato de ser sostenible con el medioambiente, sobre todo evitando de no comprar productos que generen más y más basura (sobre todo, plásticos). No tiene un peso fundamental, porque para mí es inasumible estar 100% comprometida con la causa durante todo el día, pero sí trato de contribuir con pequeñas acciones. Inicé este tipo de comportamientos cuando tomé conciencia política del problema que supone el cambio climático, y compañeros/as de Ekologistak Martxan me dieron algunas claves para contribuir con pequeños actos en el freno de esta problemática.

Algunas de las acciones que llevo a cabo en mi vida cotidiana son desplazarme caminando o en bicicleta en pequeños recorridos, y utilizar el transporte público en lugar del coche para realizar trayectos más largos.

También me he comprado una botella y un termo de aluminio para no utilizar plástico y papel en las máquinas expendedoras de la uni, tanto de agua embotellada como del café o té de máquina. Cuando hago las compras suelo llevar mis propias bolsas de casa (siempre de tela, tengo un montón de merchandising de diversos eventos y organizaciones políticas/sociales a las que asisto) o, si sé que será una compra grande, bajo al supermercado con el carrito de tela (súper útil). Hablando de compras, en la medida de lo posible trato de consumir en el comercio local, para evitar recurrir a cadenas globales de producción (aunque es difícil porque los productos suelen ser más costosos). También me llevo mi propia comida a la universidad en lugar de pedir un take away en la cafetería (tenemos espacios con microondas y fregaderos que facilitan esto). Además, en mi familia contamos con varias papeleras para reciclar cada residuo que entra en casa; pero también tratamos de emplear poca agua y electricidad en las tareas diarias que no lo requieren.”

9.3.1.3. Blogs de Opinión

Son blogs más estructurados, con una enunciación más pautada a través de preguntas abiertas que permitan al sujeto poder expresarse libremente dentro del contexto y el orden que pauta la moderación. Es la propuesta que más se distancia de la perspectiva cualitativa al dirigir al sujeto en el desarrollo de la narrativa del objeto de investigación, acotando su terreno de reflexión, limitando su potencial de expresión y de encuentro propio con el objeto investigado.

El sujeto participante se acoge al guion propuesto de preguntas, copiando el enunciado y respondiendo las preguntas ordenadamente sin estructura de relato abierto, como si de un cuestionario se tratara, dando respuestas concretas con vocación de síntesis.

Su uso es de utilidad en lo referente a la valoración de propuestas cerradas, evaluando alternativas de producto, de comunicación y de servicios, así como la valoración de aspectos muy concretos de la realidad social. Estos blogs de opinión tienen el propósito de recoger la opinión espontánea e individualizada hacia una propuesta sin la intervención del grupo. La búsqueda de un contexto de referencia individual como marco previo antes de contrastar las opiniones dentro de la dinámica grupal del Foro, donde las valoraciones individuales se matizarán y transformarán desde el intercambio con otros participantes, reproduciendo el valor de la propuesta dentro de la dinámica social donde va a ser lanzado.

Debido al carácter confidencial de la información de este tipo de blogs no podemos incluir ejemplos en esta tesis, pero sí podemos aportar lo que es una estructura de preguntas en tres grandes tipos de objetivos:

Ejemplo 1. Test de producto.

Tipo de preguntas para abordar el objetivo, pero que No deben ser formuladas en un solo Blog:

- *Qué te hace ser...*
- *Qué te hace sentir...*
- *Qué te permite hacer...*
- *Si la comparas con lo que tienes actualmente en qué te ayuda a avanzar ...*
- *Cuál es el máximo valor de este producto...*
- *Lo mejor es ...*
- *Lo peor es ...*
- *Su mayor diferencial es...*
- *A quien va dirigido...*
- *Cómo mejorarías esta propuesta.*

Ejemplo 2. Test de comunicación.

Tipo de preguntas para abordar el objetivo, pero que no deben ser formuladas en un solo Blog:

- *Una imagen que se te venga a la cabeza ...*
- *Una palabra...*
- *Una sensación...*

9. El Blog Personal.

- *Diría que es una comunicación que te habla de ...*
- *De una marca que...*
- *Que va dirigida a....*
- *Es un precio...*
- *Si lo tuvieras que contar a un amigo lo que has visto qué le contarías...*
- *Cómo mejorarías esta propuesta ...*

Ejemplo 3. Test de servicio.

Tipo de preguntas para abordar el objetivo, pero que No deben ser formuladas en un solo Blog:

- *Qué esperas de la contratación de este servicio...*
- *Cuáles son tus preocupaciones o inquietudes...*
- *Qué servicios te gustaría que te incluyeran y no están presentes...*
- *Qué servicios ves innecesarios...*
- *Qué no esperabas y te ha sorprendido...*
- *Qué servicios crees importantes que antes no te planteabas*
- *A quien va dirigida esta propuesta...*
- *Cómo la mejorarías...*

Un tipo de blogs con vocación de concreción, estableciendo comparaciones entre productos, servicios y comunicación e incluso ranking de preferencias. Hay que destacar también el uso de este tipo de blogs de opinión para abordar objetivos expés, aquellos que se resuelven en 24/48 horas, para una consulta rápida de un arte final, de un cierre de un claim, de una elección de promoción, de la idoneidad de un personaje, o una palabra, etc.

Los Blogs estructurados nacen por lo tanto de la necesidad de tener la opinión individualizada del sujeto participante, además de una vía de apertura y de aproximación hacia objeto de estudio abriéndose al contexto para tener el marco de referencia de lo que posteriormente se trabajará en Foro o en encuestas.

Es importante tener en cuenta que estas aproximaciones dirigidas pueden ser planteadas con una mayor o menor sutileza, de la habilidad del moderador va a depender que el blog de opinión se convierta en cuestionario o por el contrario en un formato de una entrevista donde hay una comunicación fluida.

Una diferencia clave es la extensión del número de preguntas, establecemos un máximo de cuatro preguntas, para que el sujeto se abra a la oportunidad de contextualizar y no se limite a la respuesta cerrada sin matices, ni contexto, por la necesidad de atender a un número elevado de preguntas. Otro aspecto a tener en cuenta en la enunciación de las preguntas, se evitará la numeración de las preguntas para limitar la percepción de una comunicación cerrada para el sujeto, extremadamente dirigida donde no tiene valor la espontaneidad ni la libertad de plantear cuestiones, en este sentido recomendamos un planteamiento de enunciado abierto, más relatado, que evoque apertura al sujeto, y por supuesto una moderación muy atenta a que el sujeto esté atendiendo al objetivo de la investigación,

9. El Blog Personal.

reconduciendo, orientado o lo que es más frecuente una llamada de atención hacia un mayor contexto que permita una reflexión cualitativa de la información que relata.

Hay dos grandes condicionantes hacia el desarrollo de Blogs estructurados: el timing ajustado de determinados objetivos que tienen que dar información en poco tiempo y eso constriñe al sujeto en su capacidad de comunicarse; el segundo condicionante está en la necesidad del demandante de la información, el cliente, en reproducir y trasladar al sujeto su necesidad de información sin filtra en términos de investigación cualitativa.

De nuevo apelamos a la pericia del investigador de ser un puente facilitador entre las necesidades de marketing y las necesidades de investigación que vela por la calidad de los discursos que se vierten en la Comunidad Digital.

Una pauta de moderación que necesita ser concreta para orientar al sujeto en su reflexión, pero no dirigida. Una pauta de moderación que invite al relato, a la redacción libre, al encuentro del sujeto participante con sus propias revelaciones.

Como ejemplo, una propuesta de valoración de dos líneas de comunicación, que huye de una formulación dirigida.

Ejemplo Blog de opinión: 7 diferencias.

El objetivo de esta tarea es que realices una valoración de 7 diferencias que hayas apreciado en esta nueva entrega del programa, más actualizada, en comparación con la anterior. Háblanos, además, de aquellos elementos que más te han gustado (aquellos que mantendrías) y de los elementos que menos te han gustado (aquellos que cambiarías). Como siempre, cuanto más nos detalles las razones, mejor entenderemos tu opinión.

9.4. Análisis del discurso sobre la experiencia del Blog Personal

El Blog ocupa un espacio relevante para el participante dentro de la Comunidad Digital en tanto que su naturaleza le permite adentrarse en el terreno de la máxima privacidad, un espacio para el encuentro con uno mismo, para la intimidad y la reflexión personal.

Un espacio de privacidad que se desarrolla en su máxima expresión dentro de perfiles trascendentes jóvenes y en perfiles femeninos que encuentran en el Blog Personal un canal de expresión de su yo más íntimo; perfiles que se encuentran encorsetados en escenarios públicos donde hay una mayor exposición de su vulnerabilidad. Una oportunidad para ser escuchada la voz interior que el sujeto lleva dentro desde una moderación que provoca y muestra un claro interés en esa escucha.

“Me meto en el blog personal y pienso no lo que tengo que escribir, sino lo que quiero escribir y eso es algo como algo nuevo, algo satisfactorio para mí porque a mí me gusta publicar cosas que esté dando mi opinión, que lo vea la gente, lo que siente una niña de 14 años porque antes eso no era muy visto”

(Mujer, 14-17)

“La que más cómodo me siento es en los diarios, porque como he dicho antes soy una persona muy pesada y hablo mucho, y allí se puede escribir de una manera más extensa... no tanto como en los Foros que suelen ser más concretas y es dar tu opinión y poco más... en cambio en los Diarios puedes escribir una cosa bastante más larga y con matices que pueden servir. A lo mejor Blogosfera no suelo hacerlo tanto...”

(Hombre, 14-17)

9. El Blog Personal.

Un espacio privado donde el sujeto se permite ser el mismo, sin miedo “*al que dirán*”, “*sin verse influenciado por la opinión de otros*”, una expresión del sujeto desde la libertad de ser y expresar sus emociones más íntimas y opiniones más personales.

“Para mí el Diario es más un lugar donde desarrollar los temas de manera más personal, sin miedo al qué dirán, no porque de miedo el foro, si no como algo involuntario que genera el saber que otros te leen, y eso que el diario lo leéis vosotros, pero es una sensación como que nadie lo lee, que lanzas ideas al aire...”

(Hombre, 36-45)

“Es más fácil que expresas tus emociones y pensamientos sin verte influenciado por otros, pues generalmente, sobre todo en el Diario, nos enfrentamos a las actividades sin leer opiniones de los demás. (...) en el diario me siento libre de decir todo lo que pienso.”

(Mujer, 26-35)

En el Blog personal se produce el acto de mayor intimidad con la escritura, un encuentro que no deja indiferente a la persona, desarrollando una experiencia como participante única. A través de un proceso reflexivo más calmado se desarrolla una intervención de coherencia para el sujeto, un tiempo para pensar y conectar con los pensamientos con el objetivo de darles sentido y profundidad.

“En nuestro blog personal ya es algo que tenemos que pensar bien, poner palabras y aportaciones mayores, queremos y tratamos de ser lo más sinceros y aportar nuestro conocimiento o aprendizaje de esto.”

(Hombre, 22-25)

El Blog Personal también conecta con una motivación que impulsa fuertemente la participación en la Comunidad Digital, la idea de que la persona tiene capacidad de transformar el mundo en el que vive, imaginando y proyectando imaginarios o bien simplemente evaluando propuestas que inspiran y orientan a empresas e instituciones.

Con el Blog Personal entramos en el territorio de la expresión libre del yo personal, íntimo o creativo. Un proceso que conecta al sujeto con un momento de evasión abierto a la experimentación y creatividad de un relato, o con un momento de reflexión abierto al encuentro del sujeto con su entorno.

“A mí realmente me gustan todas, pero sí que es verdad que el Diario es la parte donde puedo ser yo mismo, en el foro no es que mienta, pero en el foro lo está leyendo más gente... En el diario lo están leyendo los moderadores, pero me siento más seguro. El foro y en el diario, son dos herramientas donde te puedes expresar y desarrollar y decir lo que piensas. El foro tiene una cosa que no tiene el diario y es la interacción con la gente y eso también me gusta, que me digan “oye mira pienso tal...” y yo le digo “ah no lo sabía...” eso no lo tiene el diario, pero en el diario sí que, siendo más privado, puedes contar algo de una manera más extensa.”

(Hombre, 22-25)

“Hombre, en el diario, la mayoría de las veces nos ponéis unas preguntas, entonces ya lo pones tú más personal y en el foro lo intentas poner de forma que lo entienda la gente que lo lea. (...) No, el resto de las veces no suelo consultar internet, no es lo habitual. No me gusta leer en internet, sobre todo para el diario, opiniones de otras personas que al final ponga... en el diario me

gusta poner la opinión mía, 100% mía, que no me influya la opinión de otras personas para cambiar mi opinión.”

(Hombre, 18-21)

9.4.1. Pautas de comportamiento y hábitos

El Blog Personal nos adentra en comportamientos que se diferencian de los generados por el resto de las herramientas de la Comunidad Digital por el proceso de reflexión que provoca en el participante.

La moderación determina la posición mental desde la que se coloca la persona participante en su proceso de reflexión y por lo tanto en el tipo de intervención que desarrolla. En este sentido nos encontramos con Blogs que desde la estructura de un enunciado que marca la pauta de pensamiento se genera un escrito que se aproxima en ocasiones al relato, en otras al diario o ensayo y en algunos casos incluso a un cuestionario abierto.

En todo caso y con los matices que apuntaremos a continuación, en el Blog Personal entramos en el territorio del escrito formal y pensado. Un proceso de escritura que se afronta desde una reflexión que requiere de una pausa y de una mayor concentración, donde el ordenador y un espacio/tiempo tranquilo, son grandes aliados.

“Los temas del Diario me parecen más serios y de mayor concentración por lo que me llevan más tiempo y lo suelo realizar a través de la pantalla del portátil, al igual que los del Foro, pero en menor medida, ya que generalmente son temas tratados con anterioridad en el Diario”.

(Mujer, 46-55 años)

“El Diario es como el trabajo que tienes que hacer concentrado y bien”.

(Hombre, 14-17)

Tres estructuras narrativas que nos hablan de tres procesos de reflexión diferenciados:

1. El relato: atiende a una estructura narrativa que desarrolla un texto libre de amplia extensión, donde el sujeto se recrea en la exposición de su discurso, bien desde una mente abierta que explora nuevos campos como en el caso de los blogs proyectivos, bien desde una mente que se adentra en su yo íntimo para comprenderse mejor como en el caso de las tareas que proponen blogs etnográficos u opináticos.

“Si es un relato lo escribo, empiezo a pensar, me invento algo y lo escribo todo de seguido y luego lo releo varias veces y digo mira aquí podría poner tal conector, como cuando hacía las redacciones en inglés con los conectores, pues igual. Mira aquí puedo poner esto para que tenga más sentido, para que se entienda mejor. Y así voy conectando una idea con otra, y eso que siempre sea con sinceridad y que se entienda lo que leo Es verdad que si tú me la leyeras ahora aquí personalmente, yo tendría la presión de tener que responderte ahora mismo. No me puedo llevar diez minutos reflexionando sobre cómo me siento, pero en la comunidad sí puedo permitirme eso. Yo creo que eso le da más riqueza a la respuesta porque si tú me preguntas ahora mismo como me siento, probablemente la respuesta encaje entre me siento bien, me siento mal o me siento regular por tal cosa y ya no salgo

de ahí, pero al decirme una pregunta online ¿cómo me siento?, yo me paro a pensar oye, es complicado porque yo no voy a responder a una pregunta de un diario me siento bien, me parecería ridículo poner esa respuesta. Entonces como requiere responder más elaborado, por otra parte me permite hacerlo porque tengo más tiempo, pues yo creo que esa es la diferencia, tener más tiempo para reflexionar, también más presión para reflexionar de otra forma porque no te voy a poner me siento bien en un diario y tener que buscar palabras o adjetivos que sean mucho más concretos, que no sea solo el bien o mal, sino que sea me siento fascinado sorprendido, buscar las causas de eso, o más bien buscar las causas primero y luego responder el adjetivo”

(Hombre, 22-25)

La estructura del relato es especialmente expansiva y liberadora para perfiles trascendentes, exploradores y transformadores. Un/a participante que afronta la tarea del Blog personal, dejándose llevar, sintiéndose libre en la redacción del texto.

“En cuanto pongo el título ya voy como imaginando, pensando en lo que siento, voy escribiendo y me van saliendo ideas... nunca... bueno a lo mejor lo pienso porque a lo mejor hace mucho que no hablo de esto, pero normalmente me sale todo...Lo repaso solo para ver si hay faltas de ortografía, porque normalmente no quiero repasar lo que yo imagino”

(Hombre, 14-17)

“No, no es lo mismo hablar de algo que tú conoces o que ya existe, que ya está creado...que cuando tienes que crear. Cuando tienes

que crear algo nuevo, le dedicas más tiempo a imaginártelo, a saber cómo es, a pensar qué cosas tiene, qué me voy a encontrar, te pones a imaginarlo todo, a crearlo todo desde cero. Cuando escribes sobre algo que ya existe o que no es producto de tu imaginación/creatividad, no tienes que imaginar nada, estás hablando de algo que ya es así, entonces es mucho más rápido porque no tienes que ponerte a pensar

(Hombre, 22-25)

Un proceso que se trabaja desde la espontaneidad del discurso, muy cerca de la oralización del texto, primando en muchos casos la libertad de pensamiento sobre la coherencia del escrito, donde se intenta no releer y corregir, para que el escrito sea un documento que exprese el libre pensamiento con sus contradicciones desde la libertad que le permite la moderación.

“los Diarios la gente no puede leerlos... dices todo todo todo lo que se te ocurre y sin ningún tipo de censura por sentir vergüenza o de que no va a ser útil o de que será una tontería... y estas son las más principales (...) creo que en los Diarios es mejor porque no te influyes tanto por los demás.

(Hombre, 14-17)

2. El diario o ensayo: se corresponde con una estructura narrativa más organizada ya que responde a un guion donde el sujeto se orienta más claramente sobre los puntos a seguir en su relato, dando lugar a un texto de extensión variable donde se atiende el orden de cuestiones planteadas desde el relato libre.

9. El Blog Personal.

Este tipo de narración lleva al sujeto a un proceso reflexivo más medido, con un tiempo para la elaboración más acotado, donde el sujeto relee para darle coherencia al texto. Un texto cuyos objetivos están claramente planteados desde un guion orientativo, aspecto que adquiere especial importancia entre participantes que necesitan sentirse seguros de estar abordando la tarea correctamente.

Desde el análisis del discurso de la experiencia en el Blog personal florece rápidamente y con fuerza la importancia que tiene para el sujeto participante el cumplimiento del rol de informante para el que ha sido seleccionado. Una declaración explícita de la necesidad de dar la talla, de la preocupación de saber que se cumple con el rol que le ha sido asignado de informante, para ello es preciso tener un seguimiento muy cercano desde la moderación para reforzar al individuo en su participación.

Un escrito que se aborda también fundamentalmente desde la posición de una escritura reposada, donde el ordenador es protagonista para facilitar la redacción del texto.

“Y luego el Diario porque ahí te explayas y contar. Vamos, no que te explayas, si no que igual es más... vamos yo por lo menos lo razono más. Siempre lo escribo, lo escribo en un Word y lo leo y luego ya lo paso al Diario. (...) Porque yo a lo mejor en el Diario me dicen un tema, aunque es verdad que hay una serie de pautas, y yo me suelo basar un poco en ellas. Pero a lo mejor hay cosas que se me pasan.

(Mujer, 46-55)

3. El cuestionario: desarrolla una estructura narrativa acotada por el enunciado de la pregunta, generando textos concretos y más escuetos, desarrollando una narrativa directa que no contextualiza, dirigida a dar respuesta a la pregunta que se plantea.

Una participación que se puede abordar más fácilmente desde el móvil, utilizando el recurso de copiar y pegar la intervención para recordar el planteamiento realizado facilitando la tarea y asegurando el buen cumplimiento de la misma.

9.4.2. Actitudes hacia el Blog Personal

El Blog como espacio para la reflexión, es una experiencia que llena plenamente al sujeto participante. Un escenario impregnado de intimidad, y de complicidad. Una herramienta con la que el sujeto crece desde el – tu a tu –.

“Cuando estoy escribiendo me siento muy a gusto, por un lado cuando escribo en el blog personal, escribo como si os estuviera hablando a vosotros, solo a vosotros, me siento como si estuviéramos en una conversación de tú a tú. (...) Por un lado cuando me enfrento a la pantalla para escribir aquí en el diario, tengo dos sensaciones, una de mucha responsabilidad por si lo estoy haciendo bien y he entendido lo que me pedís, y por otro lado igual más libertad que en el blog o en el foro, porque como he dicho antes escribo más de tú a tú”.

(Mujer, 46-55)

¿Con cuál (herramienta) te sientes más identificado, te gusta más interactuar, y ponerte a trabajar?

- Yo con el diario. Sin duda, porque en el diario escribo un montón de lo que yo quiero y ya acabo, pero en el foro requiere de mí más exigencia, requiere que estén mirando los compañeros que los lean todos, que responda a alguno que me llame la atención, pero en el diario es poner lo que yo pienso entonces me siento más cómodo así que teniendo que contestar a los demás.

(Hombre, 22-25)

El blog proyectivo significa la apertura mental que un perfil explorador y transformador demanda de la experiencia de una comunidad digital. Mientras que el Blog opinático adquiere especial relevancia entre los perfiles trascendentes fundamentalmente cuando se centran en aspectos que ahondan en aspectos personales.

El blog etnográfico, es valorado como tedioso o atractivo según el tema, un tipo de tarea que requiere a veces de grandes esfuerzos de detalle y concreción de la tarea, y que en algunas ocasiones precisa del seguimiento de comportamientos de personas del entorno.

El Blog opinático, que se plantea a modo de preguntas abiertas totalmente estructurado, es preferente de perfiles cumplidores desde el desempeño fácil y cómodo.

El Blog Personal, a pesar de ser una herramienta que genera una alta satisfacción, en su realización también genera frustraciones al crear una experiencia que se aleja de lo grupal y relacional, una posición individual

que en algunos casos desarrolla sentimientos de soledad en el participante, que puede provocar, si es muy reiterada en el tiempo, cierta desvinculación hacia el proyecto.

En este contexto, es importante señalar la importancia de abordar en el Blog Personal una moderación que debe cultivar el marco relacional entre sujeto y moderador, aportando calidez y complicidad, ayudando a la persona a entrar en una conversación, en un espacio - de tú a tú - donde se sienta escuchado.

“La sensación que tengo cada vez que he de escribir en el diario privado es la de soledad. Cierto es que aporta libertad a la hora de escribir y reflexión acerca de lo que argumentas. Por otro lado pierdes esa sensación de comunidad, de grupo cuando ves la cara de tus interlocutores. Por otra parte, el diario privado, como comentaba el otro día un compa es como el confesionario del gran hermano, pero donde uno responde a la o las preguntas pero rara vez escucha la voz del gran hermano jajajaja”

(Hombre, 46-55)

“En el Diario de hecho, lo que me gustaría, que es quizá la parte más egoísta... es de que vale, yo guay yo escribo en el Diario... pero ttss, yo quiero saber lo que escribe el resto... quizá no todos, porque no sé por dónde va,.... pero es verdad que yo tiendo a perder el hilo... a ver nos piden esto, e imagínate dos, tres diarios que van encadenados ¿no? Como de que es un proceso... pues al final, si no... esta guay, pero... con esto ¿yo qué aprendo?... entiéndeme de... pero si me dices... en qué ha quedado la cosa, o un resumen, para ver si... si yo me he acercado más o joder mira

9. El Blog Personal.

en esto no había caído, o esto no lo había tenido en cuenta y para la siguiente vez guay, este tipo de cosas...”

(Hombre, 46-55)

“Resta el que no sabes algunas veces que lo que escribes o aportas sea lo más correcto, hay muchas veces que no tenemos repuestas y te puede en algún momento dar incertidumbre.”

(Hombre, 18-21)

La propuesta abierta del Blog Personal, muy vinculada a la construcción de un relato, genera en algunas ocasiones y más fuertemente entre perfiles cumplidores/ras incertidumbre ante una formulación de la tarea poco definida que suscita dudas e incluso bloqueos, un participante que declara sentirse perdido.

“Es tan abierto que a veces no sé qué poner, y bueno, en ese sentido pongo lo primero que se me ocurre pero bueno, como los diarios suelen ser por apartados, pues simplemente me pongo a responder por apartados”.

(Hombre, 22-25 años)

El control que necesita el sujeto sobre el proceso que se desarrolla en la Comunidad Digital debe ser medido por la moderación, una moderación dirigida a reducir la incertidumbre de la persona, que clarifique dudas e incluso reformule aspectos del enunciado para ayudar al participante a desenvolverse más cómodamente en la tarea. Lo que no puede, ni debe hacer la moderación es sacrificar los objetivos de la investigación y

someterse a un participante acomodado en la realización de Blogs que, a modo de encuesta, simplifican las respuestas y limitan la capacidad de análisis.

“Ha habido veces que me ha costado entenderos, eso sí es verdad. Lo que no sé es qué actividades, pedíais, claro eran palabras que yo no sabía a lo que os estabais refiriendo y me costó y de hecho yo escribí una cosa y me volvisteis a escribir diciéndome vale, sí muy bien, pero profundiza más y ya dije ah vale, que van por aquí los tiros y ya hice la segunda parte, no me acuerdo en qué actividad fue”.

(Hombre,14-17)

Este tipo de actitudes de incertidumbre que provoca el Blog personal se encuentran más presentes entre perfiles cumplidores que enfocan su participación en el cumplimiento de la tarea. Perfiles que hay que limitar y sobre los que hay que realizar un estrecho seguimiento, ayudándolos desde la moderación a evolucionar hacia otro tipo de perfil que permita al participante vincularse a otro nivel y entrar en un proceso de reflexión más abstracto, simbólico o simplemente más abierto.

“A veces la verdad es que no tengo ni idea de lo que poner pero porque no entiendo bien los enunciados o no entiendo bien a lo que se refiere porque la pregunta puede ser tan abierta. Por otro lado pienso, quizás la han puesto abierta aposta para ver que todo el mundo ponga algo distinto. Pero por ejemplo cuando se pone ¿cómo te sientes? ¿Qué piensas de tal? Qué pienso tantas cosas y me siento de tantas formas”

(Hombre, 36-44)

“Lo que menos me gusta es sentirte solo, por ejemplo, hace poco me contestaste y fue como, ay joe, qué bien, porque yo no tenía muy claro si queríais que yo fuera en esa dirección ¿no? Un poco porque... mmm... quieres hacer las cosas bien ¿no? Y dices, joder, igual yo lo he entendido mal o lo he entendido por otro sentido. Y esta gente lee esto y dice: pues no tiene nada que ver ¿no?. Lo de la soledad si que es un poco, pero por otro lado, creo que está bien en el sentido que dejáis tiempo... y si alguna vez se nos pasa, que a mi alguna vez me ha pasado lo típico y un correo: oye que tal... Y dices: ups que esto es para mí... Y luego, es verdad que los temas supongo que según lo que cada momento precisarais... ¿no? Eh.. al principio yo, eh... me hice... quizá por esta necesidad vital de saber el suelo que piso y por donde vamos... el asunto por donde va... (...) entonces, me gusta más cuando hay que comparar cosas, un poco por lo que dices porque... puedes razonar y al final es un poco... me están pidiendo mi opinión bajo mi gusto, que al final es el gusto de la mayoría o no. Porque si vosotros lo pedís así es porque... os da la gana o porque lo necesitáis... entonces de estas, recuerdo una de ellas que fue muy dura... Quiero recordar que poco antes de Navidad o un poco después... que había de comparar unos paquetes y aquello era infernal porque decías... si ya no sé qué cojones estoy comparando ¿no? Jajajajaja

(Hombre, 46-55)

De la misma manera, se identifican actitudes de distanciamiento, e incluso crítica hacia el carácter excesivamente dirigido y cerrado de algunas

propuestas de Blogs personales. Un sujeto participante que se encuentra limitado, e incluso en algunos casos forzado por un formato de encuesta que delimita en exceso el desarrollo de su discurso.

Perfiles exploradores y transformadores se posicionan lejos de enunciados cerrados, que les impiden entrar en procesos de reflexión y de creatividad, con los que no solo disfrutan, sino que además dan sentido a su experiencia en la Comunidad Digital.

“Ehhh... realmente a mí me gusta porque tienes que darle a la cabeza y tienes que pensar las cosas, para mí la creatividad es cómo evadirte del mundo en el que estamos e imaginarte algo que no está pasando, o que quieres que pase o que lo creas en tu imaginación. Es decir, que te lo estás inventando, estás creando un relato o una historia libre a tu manera, libre... a tu manera, esa es la diferencia entre ser creativos o ser más realista, o no sé... Eso es, yo creo que la evasión es la diferencia, es poder pensar en crear una historia nueva...”

(Hombre, 36 a 45)

“Buff... la verdad es que el día que te levantas más creativo y todo guay ¿no? Pero la verdad es que no me hace mal ninguno de los dos ¿sabes? Yo creo que la conjunción de los dos es lo bueno... yo creo que si estuvieras todo el día con la isla que si tal, pues igual no tienes el día mira ya... hoy no me he levantado creativo. Y, yo creo que al final está más o menos equilibrado”

(Hombre, 46-55)

9.5. Grandes aprendizajes del Blog Personal

El análisis del Blog Personal nos subraya un aspecto fundamental de la Comunidad Digital, la relevancia que tiene cada herramienta en la construcción de un proceso que solo desde su globalidad, desde el conjunto, cobra sentido.

El Blog Personal nos aporta la conexión más íntima con el sujeto, con sus pensamientos, sus contradicciones, miedos, inseguridades, y también con sus deseos y aspiraciones. Una comunicación interna que se impregna de la naturaleza de la escritura, un pensar reflexivo donde la palabra alcanza un valor profundo, desde la lectura y la supervisión de lo escrito, hasta la expresión de una creatividad sin límites, donde la persona se da licencia desde un escenario privado, de intimidad, para llegar a lugares donde no había alcanzado a explorar y expresar antes.

Por otra parte, el análisis del Blog nos lleva a la reflexión de aspectos importante de la conducción del mismo:

- La diferenciación de tres tipos de Blogs que persiguen objetivos diferenciados y colocan al sujeto en una posición diferenciada como informante.
- La importancia de la moderación en diferenciar el tipo de vínculo que hay que construir según tipo de Blog:
 - Un Blog proyectivo que debe permitir al sujeto volar en un escrito abierto a la inspiración con enunciados evocadores que ayuden al sujeto a traspasar los límites de su pensar más racional.

- Un Blog etnográfico que invite desde su enunciado a construir un diario de comportamientos y pautas que sirvan de guía al sujeto en la construcción de un relato que a modo de diario nos traslade una vivencia de la forma más real y personal que el sujeto la vive y experimenta.
 - Un Blog opinático que permita al sujeto expresarse en libertad, dando relevancia a los aspectos que él considere determinante.
- La importancia de mantener un feedback con el participante, reconstruyendo una comunicación que genere una conversación, donde haya emisor y receptor, ya que desde la escucha cobra verdadero sentido lo escrito.
- Un sujeto que se reafirma en el Blog Personal, como en el resto de las herramientas de la Comunidad Digital, desde el conocimiento del proceso del que forma parte, que necesita comprenderlo para darle un sentido a su participación y crecer en ella.

BLOQUE IV

10. EL MANUAL.

11. CONCLUSIONES.

10. EL MANUAL

Finalmente, me parece oportuno realizar una síntesis, que, a modo de resumen, sirva como guía para todos aquellos investigadores que quieran desarrollar una Comunidad Digital para la investigación social.

Ficha Técnica: Comunidad Digital de 25 a 50 personas seleccionadas previamente y que no se conocen entre sí. Con una moderación pautada, que dinamiza la interacción y provoca el debate y la reflexión. Una Comunidad que responde a unos objetivos de investigación definidos que abordar. Con una duración entre un mes y dos años. Los participantes reciben un incentivo por su participación.

Aspectos generales que envuelven a la metodología:

- La importancia del cuidado en la selección de las personas participantes: una selección realizada al azar, con entrevista personal de cada candidato. Un participante seleccionado que no puede tener experiencias previas como informante en proyectos de investigación.
- La importancia de crear un ambiente de comunidad: personas que forman parte de un proyecto único e irrepetible durante un periodo de tiempo, compartiendo experiencias vitales y opiniones.
- La importancia de desarrollar un proceso de empatía: una selección, coordinación y moderación, enfocadas en la creación de un ambiente distendido, atractivo y aspiracional.
- La importancia de crear un espacio confiable: donde se respete la confidencialidad y el anonimato de las personas.

- La importancia de desarrollar un proceso que cuida el estilo de comunicación, lenguaje, tono e imagen gráfica, adaptándola a las características del estudio.
- La importancia de pautar una moderación clara y escrupulosamente respetuosa con los principios claves del libre discurrir del discurso del participante: un espacio facilitador de la participación y la expresión.
- La importancia de una moderación imaginativa e inspiradora: que potencie el impulso a la participación desde la naturalidad y la neutralidad.

Herramientas de trabajo:

- Equipo de trabajo especializado en metodologías cualitativas digitales.
- Plataforma tecnológica (Web 2.0). La metodología está abierta a cualquier desarrollo tecnológico que permita implementarla.
- Soporte técnico.
- Banco de material gráfico, audiovisual y web.

Planificación:

- Documento de planificación: guion que detalla y pauta con un calendario, la relación de actividades a realizar para la consecución de los objetivos de la investigación.
- El documento de planificación plasma la mirada integrativa que la Comunidad Digital propone para el análisis, a través de la combinación

del uso de las diferentes herramientas que configuran la Comunidad Digital: Blog Social, Foro y Blog Personal, y en algunos casos con encuestas y grupos presenciales.

- Para cada actividad se desarrolla un guion con clara vocación cualitativa, fundamentado en una dinamización no directiva, que huye de la formulación de un repertorio de preguntas, y que amplía el campo de observación con el fin de contextualizar lo que rodea al objeto de la investigación.
- Con la planificación se alcanza un ritmo flexible que busca el equilibrio entre el *timing* del cliente y la calidad discursiva generada para el análisis.
- La planificación tiene que saber estimular al sujeto participante, con una propuesta dinámica, diversa, interesante y entretenida. Una planificación que debe evitar lo repetitivo, para que el sujeto no se acomode en posturas de poco valor discursivo y se debilite el vínculo y por lo tanto su implicación.
- Se recomienda un periodo entre 24 y 48 horas de descanso para que los participantes no se saturen de actividades planificadas.

Esquema para la planificación de un objetivo cualitativo básico:

- Actividad tipo 1. Blog Personal. Un discurso sin condicionantes previos; un discurso que permite contextualizar y matizar las diferentes posiciones individuales.

- Actividad tipo 2. Foro. Un espacio que permitirá el encuentro de las posiciones discursivas, reforzándose y matizándose desde la cohesión grupal.
- Actividad tipo 3. Encuesta. Cuantificación de propuestas o posturas identificadas en las actividades previas. Es un elemento contingente cuyo uso es muy variable en función de la decisión del equipo técnico.

Claves de la Moderación

En el Foro:

- Un espacio para potenciar el desarrollo de grupo, del encuentro con el otro y no la potenciación de individualidades. Un espacio que se enriquece desde perfiles que ansían la interacción grupal: exploradores y transformadores.
 - Los participantes transformadores tienen una vertiente muy interesante como dinamizadores, además de ser buenos conversadores. Una cualidad que enriquece al perfil transformador otorgándole habilidades para el trabajo colaborativo y propuestas que requieran de perfiles muy dinámicos y constructivos.
 - Los exploradores son reflexivos, y aportan al foro una mayor amplitud desde una mirada que desvela el origen de su vinculación con el proyecto: la búsqueda de la afinidad con el resto de los participantes para el enriquecimiento personal. Una cualidad que enriquece al perfil explorador desde su mirada más crítica y personal.

- Una moderación que facilite y provoque el encuentro con el otro desde:
 - Un tiempo lo suficientemente largo que permita al participante entrar en un periodo de reflexión, y lo suficientemente acotado para no desconectar.
 - Un número de participantes que facilite la lectura y la interacción.
 - Una propuesta de tarea que se aborde no desde el desarrollo de preguntas y respuestas, sino desde temas que se activen en diferentes hilos de conversación de un Foro, facilitando el seguimiento de las participaciones y por lo tanto, de su lectura e impulsando al sujeto al intercambio de opiniones.
 - Una moderación que se tiene que hacer presente para agradecer y reconocer, reconducir y proponer solo si fuera preciso, y finalmente sintetizar y cerrar.
 - Una moderación que controle sutilmente los perfiles que pueden liderar el grupo monopolizando opiniones, que active a conversadores discretos y ayude a perfiles cumplidores a profundizar sobre sus opiniones más racionales.

En el Blog Personal:

- Un pensar reflexivo donde la palabra alcanza un valor profundo, desde la lectura y la supervisión de lo escrito.

- Una herramienta que necesita de un *feedback* con el participante, que reconstruya una conversación, donde haya emisor y receptor, ya que desde el sentimiento de escucha cobra verdadero sentido lo escrito.

- Una moderación que hay que diferenciar según tipo de Blog:
 - Un blog proyectivo que debe permitir al sujeto volar en un escrito abierto a la inspiración con enunciados evocadores que ayuden al sujeto a traspasar los límites de su pensar más racional.

 - Un Blog etnográfico que invite desde su enunciado a construir un diario de comportamientos y pautas que sirvan de guía al sujeto en la construcción de un relato.

 - Un Blog opinático que permita al sujeto expresarse en libertad, dando relevancia a los aspectos que él considere determinantes.

Claves del éxito

- La medición continua del tono emocional de la Comunidad Digital a través del análisis de las interacciones, de su intensidad y calidad.

- El control de la naturaleza del vínculo de cada participante: potenciar el desarrollo de identidades exploradoras, transformadoras y trascendentes.

Hasta aquí las ideas síntesis de lo que es una metodología que crece desde la práctica y se fortalece desde cada mirada, desde cada nueva propuesta.

11. CONCLUSIONES

11. CONCLUSIONES

Declaración de intenciones

La Comunidad Digital es una nueva escucha cualitativa en escenarios digitales, donde los agentes involucrados en un proceso de investigación, participantes, investigadores y clientes experimentan un cambio sustancial en el desarrollo de sus roles tradicionales.

La metodología de la Comunidad Digital responde a una clara idea de compromiso y respeto hacia la escucha del sujeto social, propiciando un escenario de relación que impulsa el libre fluir de las personas.

La Comunidad Digital desarrolla un proceso muy atractivo y estimulante que genera un vínculo fuerte entre los sujetos participantes que la conforman. Un espacio donde el sujeto se siente confiado y seguro para su expresión; un espacio propio, que lo integra en la cotidianeidad de su vida como lugar de intercambio y de expresión.

La Comunidad Digital es una propuesta a la experimentación metodológica, un espacio abierto al uso de múltiples herramientas – digitales y presenciales –, una apertura a la integración de nuevas disciplinas que enriquecen y estimulan el discurso de los informantes y sus interacciones. Una metodología de investigación que muestra nuevas maneras de generar conocimiento a través de Internet.

El Participante

La primera clave de la Comunidad Digital es ser un espacio confiable, donde el sujeto se coloca desde una posición en que se desnuda de cualquier rol que pueda adoptar en un entorno social (presencial o digital), una posición de mayor autenticidad que solo le puede dar el contexto de una metodología cualitativa.

La investigación reduce y minimiza la barrera represiva que toda persona tiene al estar en un campo desconocido donde ha sido seleccionado para hablar de un tema que no le implica nada con nadie. Desde esta premisa, la privacidad y el anonimato de los participantes son un elemento estructural de primer orden para el desarrollo de la Comunidad Digital. La protección de datos y el desconocimiento de las personas participantes entre si, son, por lo tanto, requisitos innegociables.

La selección de participantes es un segundo elemento que debe de ser escrupulosamente cuidado. Un proceso de selección que tiene que ser consecuencia del azar, pero con mecanismos de alto control que aseguren su idoneidad para participar según las características del proyecto:

- Hay que asegurar que el participante no está adiestrado en la realización de actividades de investigación.
- Categorizarlo a partir de un amplio número de variables que lo definan por estilo de vida, actitudes vitales, así como variables sociodemográficas tradicionales como edad, sexo, tipo de hogar, formación, ocupación y variables de consumo que pudieran ser relevantes para el proyecto.
- Evaluar la naturaleza motivacional de su participación en una Comunidad Digital.

11. Conclusiones

El impacto de la selección del participante tiene un efecto inmediato en la Comunidad Digital:

- En el participante que al ser elegido se siente reconocido por formar parte de un grupo de seleccionados, que se reconocen en afinidades y que comparten el interés y la ilusión por formar parte del proyecto. Este es el primer paso para el desarrollo de la identidad de grupo.
- En el equipo de investigación que parte de un alto conocimiento del sujeto participante y establece unas primeras relaciones donde transmitir confianza e ilusión en el proyecto. El primer paso para establecer una conexión de empatía.
- En el cliente que se involucra desde el primer momento conociendo a los participantes.

La Moderación

La Comunidad Digital en tanto dispositivo de investigación sociológica, genera una dinámica social productora de discursos a partir de una moderación pausada y cuidada que dirige el ritmo de la Comunidad.

La manera en la que se articule la mecánica de participación va a impactar directamente en el tipo de discurso producido en la Comunidad Digital, porque lo hace dependiente de la propia experiencia que la Comunidad le permite al participante. Una moderación que debe permitir que el sujeto se desarrolle y evolucione en su rol de informante.

La moderación es la máxima responsable del funcionamiento de la Comunidad Digital y sobre ella hay que poner máxima atención. Una moderación que tiene

que ser facilitadora del fluir discursivo de la Comunidad en dos direcciones: el fluir de los objetivos de la investigación demandados directamente por el cliente y a los que hay que dar respuesta, y a su vez, el fluir del orden discursivo comunitario que garantiza que aflore la motivación, el interés de los participantes en lo que respecta al objeto de estudio. Un equilibrio entre lo formal y lo informal.

El poder de la moderación es elevado porque es el responsable de crear las condiciones óptimas para entrar en un terreno que trasciende a la propia herramienta, permitiendo generar y sostener el vínculo entre participantes e investigadores.

En las interacciones grupales de debate, el moderador debe estar atento en crear interés, reconducir e invitar a leer a los compañeros. Es fundamental que los participantes manifiesten la necesidad de interactuar con el otro, porque es el intercambio el que se da sentido al grupo; el otro se convierte en un “compañero presente” con el que contar.

Facilitar la interacción grupal es un aspecto muy importante al que atender, creando marcos apropiados que provoquen el intercambio entre ellos. La moderación mantiene una postura equidistante en su relación con la comunidad, con una intervención poco intrusiva, se le otorga la cualidad de guía, dinamizador y de supervisor de las tareas que los participantes realizan en el proceso.

La Tecnología

La Comunidad Digital y su capacidad para colocarse en lo cotidiano de la persona está íntimamente relacionada con el desarrollo tecnológico. La tecnología adquiere un papel protagonista en el desarrollo de la versatilidad de la Comunidad Digital y por lo tanto de la experiencia del usuario.

La Comunidad Digital es de naturaleza móvil y versátil, se “cuela” en la vida del participante y se instala en su cotidianeidad, integrándose como un servicio más al que acceder a través de una App o de un entorno web.

La libertad y facilidad de acceso que permite leer y compartir en cualquier momento de una forma rápida e instantánea trasladan diferentes experiencias de cotidianeidad de la Comunidad Digital en la vida de la persona: en desplazamientos, en momento de recreo de pausa, en momentos de reflexión.

Una metodología de investigación dinámica y flexible, un acceso deslocalizado que se incorpora fácilmente a la cotidianeidad del sujeto. Entrar en un contexto de accesibilidad digital, fundamentalmente móvil, es incorporar a la experiencia de participación conceptos como comodidad, rapidez e inmediatez, una experiencia que satisface por su alta usabilidad.

En definitiva, cualquier innovación tecnológica abrirá nuevas ventanas a la experiencia del participante, y dotará de material de análisis para seguir avanzado en la construcción de una metodología viva y abierta a la experimentación.

El Tiempo

El proyecto en el tiempo de la Comunidad Digital nos abre a un proceso. La Comunidad Digital es una metodología cualitativa continuada en el tiempo. Una experiencia concentrada en pocos meses o dilatada en años según los objetivos del proyecto.

El tiempo en la Comunidad Digital nos habla de un proceso donde la persona cualifica su mirada como participante de una investigación social, un proceso para interiorizar roles y crear identidad de grupo. El proceso en el tiempo es una pieza clave en el desarrollo de las Comunidades Digitales.

El ritmo de la Comunidad Digital es un juego de compensación, de saber equilibrar momentos de alta intensidad, con velocidad de crucero, con las siempre celebradas pausas donde la persona se siente libre de navegar a sus anchas.

El tiempo en la Comunidad Digital nos habla de un participante que siente la Comunidad Digital como propia, un espacio para ser escuchado, para sentirse acompañado. Un espacio para el empoderamiento de una persona que se expresa y opina desde un escenario creado para que él intervenga en la transformación de su mundo

El proceso en el tiempo nos habla de un participante que se siente satisfecho con la actividad que realiza, que se entusiasma ante la notificación de una nueva tarea y que está expectante a la propuesta de un nuevo reto. Un participante que se cualifica en su rol desde una mirada fresca y espontánea hacia él mismo, su entorno y el mundo en el que vive.

La Motivación

Uno de los grandes aprendizajes de la investigación es el conocimiento del vínculo que nos revela la posición desde la que habla la persona informante dentro de la comunidad digital. Una posición desde la que se articula su discurso dentro del proceso de investigación, pero también nos habla de aquello que se activa en el participante por lo que recibe de la comunidad.

La comprensión de la naturaleza del vínculo nos adentra en las motivaciones del sujeto informante para participar en una Comunidad Digital y nos trasladan una tipología de participante según el vínculo que establece con la Comunidad Digital.

Ocho motivaciones han sido identificadas a partir de las cuales se desarrolla un vínculo con la Comunidad Digital:

- Aportar. Desde esta motivación se activa la necesidad de crear, de construir algo nuevo o mejorar lo que existe.

Hay un sentido profundo en la acción de aportar que tiene que ver con la idea de transformar la vida, su mundo e incluso a uno mismo. Un participante que “se siente reconocido” cuando tangibiliza la utilidad real de su aportación, al sentir la transformación como propia.

- Expresar. Conecta con la necesidad del participante de hablar en libertad y de abordar una variedad de temas que habitualmente no tienen espacio en su vida.

La comunidad se configura como un refugio donde expresarse, un espacio propio confiable para manifestarse libremente. Una participación que desarrolla su vertiente más emocional, especialmente en un perfil

femenino y joven, ávido de espacios donde se le permita ser y conectar con lo que quieren y piensan

- Reflexionar. El acto de reflexionar conlleva, en ocasiones, experimentar nuevas cualidades por las que la persona participante se habilita a un pensar reflexivo, más pausado, que, si bien puede perder espontaneidad, también es posible que gane el cultivo de su pensamiento a través de una reflexión que pule sus ideas, dotándolas de un significado nuevo, más revisado, completo, que otorga mayor plenitud al sujeto informante.
- Conocer y estimular ambas necesidades son las más notorias en las motivaciones que aducen para participar las personas seleccionadas.

Formar parte de un proceso de investigación, les va a aportar un importante caudal de conocimiento y les permite sentirse conectados a un mundo que les estimula.

Desde el área motivacional del conocer se desvela una mirada erótica hacia las redes sociales, un participante que navega en la Comunidad Digital con la curiosidad de encontrar algo que le sorprenda, tener experiencias diferentes, y calmar su deseo de descubrir.

- Relacional. La motivación relacional conecta con una necesidad vital del sujeto social: la necesidad de intercambio.

La Comunidad Digital se configura como un espacio donde establecer una dinámica social en un contexto interesante y de entretenimiento.

- La comodidad para participar en la Comunidad Digital determina fuertemente la experiencia.

11. Conclusiones

Una herramienta y un planteamiento de participación que facilita que el proyecto se incorpore de manera orgánica a la vida de la persona, a su cotidianidad y a sus usos habituales de redes sociales.

- La compensación económica. Adquiere diferentes significados en función del momento vital: la independencia económica entre los más jóvenes, la emancipación de poder decidir de manera autónoma entre los adolescentes; y finalmente la recompensa del disfrute de un capricho entre los adultos.

Desde el análisis de las motivaciones he desarrollado cuatro perfiles de participantes que configuran cuatro identidades digitales dentro de la Comunidad Digital:

- Perfil cumplidor. El cumplimiento. Identidad formal.

El perfil que nace de la motivación del cumplimiento se mueve fundamentalmente por motivaciones de carácter utilitarista: la comodidad y la accesibilidad en la participación son los puntos fuertes de una Comunidad que permite incorporarla fácilmente en su vida cotidiana.

Un perfil cumplidor que desarrolla una identidad formal, realizando las tareas de forma metódica y ordenada, con una alta participación que nace de su necesidad de “dar la talla”, desarrollando una posición en su participación de marcado carácter racional, poniendo en juego su ser más formal.

- Perfil explorador. La conexión con el mundo. Identidad exploradora.

El perfil explorador encuentra en las motivaciones de naturaleza recurrente el sentido a su participación, una persona inquieta, que busca experimentar cosas nuevas, con altas expectativas de adquirir e intercambiar conocimiento y de sentirse conectado con el mundo. Un perfil expansivo, comunicativo y abierto, que en su vertiente masculina juega muy bien el papel de seductor que busca en la Comunidad Digital ser seducido a través de retos estimulantes en los que divertirse y desarrollar sus inquietudes. Una participación que se moviliza desde la vivencia de una experiencia vital novedosa, que le llene y que se pueda compartir.

- Perfil transformador. La transformación del mundo. Identidad transformadora.

El perfil transformador se mueve en la Comunidad con la motivación clara de aportar, de sentirse útil e importante, con la ambición de formar parte de un proceso de transformación del mundo del que forma parte.

- Perfil trascendente. Crecimiento personal. Identidad trascendente.

El perfil trascendente encuentra en la Comunidad Digital la oportunidad de conectar con su “yo” más íntimo, desde la libertad de expresión y la reflexión. Una persona que manifiesta una alta implicación y una gran satisfacción con una Comunidad que es refugio, altavoz y compañera.

Un espacio que interioriza e incorpora completamente en su vida, estableciendo un vínculo muy fuerte como espacio de desahogo y desconexión. Un perfil con una participación muy activa, dinamizadora y altamente reflexiva, con la mayor exposición emocional y muy bien caracterizado en un perfil femenino, joven o adulto, que vive la comunidad desde la libertad y el encuentro con la verdad.

11. Conclusiones

Desde el conocimiento del vínculo, hay una comprensión muy rica de lo que pone cada persona en la comunidad, y de la importancia de crear unas pautas de moderación que activen y refuercen sus vínculos.

Las Herramientas

La Comunidad Digital plantea un escenario donde se da la oportunidad al sujeto de articular su discurso en tres vertientes que componen un total de su yo discursivo: la dimensión social, la grupal y la personal. Una metodología que alcanza su máximo potencial desde el uso integrado de sus herramientas, permitiendo un análisis integrativo de la realidad social a investigar.

La dimensión integrativa de la Comunidad Digital y su proceso en el tiempo, dan lugar a una metodología viva y orgánica que coloca al sujeto en su rol de informante en una variedad de escenarios que le permiten crecer y desarrollarse.

Tres escenarios, tres herramientas, tres técnicas para abordar al sujeto informante como objeto/sujeto y observador de la realidad social:

- Blog social: Un espacio abierto al libre compartir de los participantes. Una herramienta donde no se abordan objetivos formales de la investigación.

El Blog social es clave para la configuración y desarrollo de la identidad comunitaria.

- El Foro: es el espacio para compartir opiniones y debatir sobre objetivos de la investigación. Es una herramienta que a lo largo de la Comunidad Digital va a atender a múltiples objetivos, que se irán abriendo y cerrando a través de la planificación.

Nos habla del sujeto en un contexto grupal, un espacio público donde exhibir su discurso y su identidad como participante. Un espacio para la conversación en grupo, para confrontar las opiniones y enriquecerse y evolucionar desde el encuentro con el otro.

- El Blog Personal: es la herramienta desde donde se articula el discurso individual de cada participante, y que al igual que el Foro, obedece su apertura a una planificación por objetivos detallada, que se cierra cuando el objetivo está finalizado.

Nos habla de la parte más personal del sujeto, una conversación íntima y privada donde el sujeto informante desarrolla una triple mirada desde su rol informante: Una mirada creativa, una mirada observadora de su entorno, y una mirada opinática sobre diferentes objetos de estudio.

El Blog Personal nos permite acceder a un sujeto reflexivo en su intimidad.

Líneas de investigación propuestas.

A raíz de la tesis nos surgen nuevas líneas de investigación que podrían ser abordadas en el futuro y que detallamos a continuación:

Una primera propuesta podría ser el análisis de la producción de discursos gráficos y audiovisuales en las Comunidades Digitales: búsqueda de claves para la facilitación del uso de elementos gráficos y audiovisuales que emulen sus códigos comunicacionales en medios digitales.

En segundo lugar, también sería interesante abordar el análisis del papel del cliente como demandante de investigación cualitativa y su experiencia en el uso de Comunidades Digitales para la investigación.

12. BIBLIOGRAFÍA

Alonso, L.E. (1998). *La mirada cualitativa en sociología: una aproximación interpretativa*. Ed. Fundamentos, Barcelona.

Altheide, DL y Johnson, JM (1994). *Criterios para evaluar la validez interpretativa en la investigación cualitativa*. En NK Denzin y YS Lincoln, *Manual de investigación cualitativa* (485–499). Publicaciones Sage, Inc. Thousand oaks, CA.

Ardevol. Elisenda, Estalella A., Dominguez D. (2008). *La mediación tecnológica en la práctica etnográfica*, ISBN 978-84-691-4957-7, págs. 9-30

Austin, J.L. (1962). *Cómo hacer cosas con palabras: Palabras y acciones*. Ed. Paidós, Barcelona.

Edición electrónica de www.philosophia.cl/Escuela de Filosofía
Universidad ARCIS, p.4

Ayestarán, S. (1996). *El grupo como construcción social*. Plural de Ediciones, Barcelona.

Bally, C. (1972). *El lenguaje y la vida*. Ed. Losada, Buenos Aires.

Barthes, R. (1970). *Introducción al análisis estructural del relato*. Ed. Tiempo Contemporáneo, Buenos Aires.

Barthes, R. (1993). *La aventura semiológica*. Ed. Paidós, Barcelona. [SEP]

Barthes, R. (2005): *El grano de la voz. Entrevistas 1962-1980*. Ed. Siglo XXI, Buenos Aires.

12. Bibliografía

- Barthes, R. (1987): *El susurro del lenguaje. Más allá de la palabra y la escritura*. Ed. Paidós, Barcelona.
- Benney, M. and Hughes, E. C. (1956) *Of sociology and the interview*. Ed. Preface. *American Journal of Sociology* 62 (2): 137–142.
- Berganza, María Rosa y Ruiz San Román, J.A. (2005). *Investigar en Comunicación: guía práctica de métodos y técnicas de investigación social en comunicación*. Ed. McGraw-Hill Interamericana de España.
- https://www.researchgate.net/publication/260661249_Investigar_en_comunicacion_guia_practica_de_metodos_y_tecnicas_de_investigacion_social_en_comunicacion
- Boyle, D.G. (1977). *Lenguaje y pensamiento en el desarrollo humano*. Ed. Troquel, Buenos Aires.
- Boyle, J.S. (2003): *Estilos de etnografía*. En Morse, Janice Margaret (coord.). *Asuntos críticos en los métodos de investigación cualitativa*. (pp. 185-214) Universidad de Antioquia, Colombia.
- Bourdieu, P. (1985). *¿Qué significa hablar? Economía de los intercambios lingüísticos*. Ed. Akal, Madrid.
- Bordieu, P. (1988). *La distinción. Criterios y bases sociales del gusto*. Ed. Taurus, Madrid.
- Blumer, H. (1969). *Interaccionismo simbólico: perspectiva y métodos*. Englewood Cliffs, Nueva Jersey: Prentice Hall.

La Comunidad Digital: teoría y práctica de una metodología cualitativa de investigación social.

Bustos, J.J., Charadeau, P., Girón J.L., Iglesias, S., y López Alonso, C. (coords.), (2001). *Lengua, discurso, texto* (I Simposio Internacional de Análisis del Discurso). Visor Libros, Madrid.

Callejo, J. (2001). *El diseño de las reuniones*. En: *El grupo de discusión: introducción a una práctica de investigación*. Ed. Ariel, Barcelona. (p. 77-89)

Castells, M. (2001). *La era de la información: economía, sociedad y cultura, la sociedad red*. Volumen 1. Siglo XXI, México.

Colina, C. (2018). *Retos y desafíos de la comunicología contemporánea*. Revista TELOS. Fundación Telefónica.

Concheiro, L. (2006). *Contra el tiempo. Filosofía práctica del instante*. Ed. Anagrama.

Charon, J. M. (1989). *Symbolic interactionism: an introduction, an interpretation, an integration*. (3.^a ed.). New Jersey: Prentice Hall.

Durkheim, E. (1986). *Las reglas del método sociológico*. Fondo de Cultura Económica, México.

http://luis.rionda.net/images/3/3a/Durkheim_Las_reglas_del_metodo_sociologico.pdf

G.^a Ferrando, M.; Alvira, F.R.; Alonso, L.E.; Escobar, M. (coords.), (1986). *El análisis de la realidad social: métodos y técnicas de investigación social*. Ed. Alianza, Madrid. (pp. 153-185).

12. Bibliografía

- G.^a Ferrando, M.; Alvira, F.R.; Alonso, L.E.; Escobar, M. (coords.), (2016). *El análisis de la realidad social: métodos y técnicas de investigación social*. ISBN 978-84-9104-111-5, págs. 110-
- Goffman, E. (1959). *La presentación de la persona en la vida cotidiana*. Ed. Amorrortu, Buenos Aires (2001).
- Feigenbaum, L., y otros (2008): *La red semántica en acción*. Investigación y Ciencia, núm. 377.
- Hine, Christine (2000). *Etnografía Virtual*. Ed. UOC.
- Ibáñez, J. (1979). *Más allá de la sociología. El grupo de discusión: técnica y crítica*. Ed. Siglo XXI, Madrid (2ª ed. corregida, 1986).
- Ibáñez, J. (1985). *Del algoritmo al sujeto: perspectiva de la investigación social*. Ed. Siglo XXI, Madrid.
- Ibáñez, J. (1994a). *El regreso del sujeto: la investigación social de segundo orden*. Ed. Siglo XXI, Madrid.
- Ibáñez, J. (1994b). *Por una sociología de la vida cotidiana*. Ed. Siglo XXI, Madrid.
- Kozinets, R. (2009). *Netnography: doing ethnographic research online*. Sage: London.
- Kozinets, R. (2010a). *Netnography: The Marketer's Secret Weapon. How social media understanding drives innovation*. Net Base. March 2010 (p. 1 -11).

La Comunidad Digital: teoría y práctica de una metodología cualitativa de investigación social.

Law, John (1994). *Organizing modernity: social ordering and social theory*. Oxford, UK Cambridge, Massachusetts, USA.

Li, D. (2005). *Why Do You Blog: A Uses-and-Gratifications Inquiry into Bloggers' Motivations*. MA Thesis. Marquette University. Milwaukee, Wisconsin.

Lupton, D. (2012): «*Digital Sociology: An Introduction*»:
https://www.academia.edu/1830701/Digital_Sociology_An_Introduction.

Madakam, S. (2015). Internet of things: smart things. *International Journal of Future Computer and Communication*, 4(4), 250

Martínez, M. (1989). *Comportamiento humano*. Ed. Trillas, México.

Martínez, S. y Solano, E. (2010). *Blogs, bloggers, blogósfera. Una revisión multidisciplinaria*. Universidad Iberoamericana, México D.F.
https://books.google.es/books?id=nebaXXDHoHIC&printsec=frontcover&hl=es#v=o_nepage&q&f=false

Norman K. Denzin, Yvonna Lincoln (2012). *Manual de investigación cualitativa como disciplina y como práctica*. Ed. Gedisa.

Ortí, Alfonso. (1986). *La apertura y el enfoque cualitativo o estructural: la entrevista abierta semidirectiva y la discusión de grupo*. En: G.^a Ferrando, M.; Alvira, F.R.; Alonso, L.E.; Escobar, M. (coords.). *El análisis de la realidad social: métodos y técnicas de investigación social*. Ed. Alianza, Madrid. (pp. 153-185).

12. Bibliografía

Pérez Serrano, Gloria (1994). *Investigación cualitativa. Retos e interrogantes*. Ed. La Muralla, Madrid.

Sandoval, C. A. (1996). *Investigación cualitativa*. Bogotá: Instituto Colombiano para el Fomento de la Educación Superior, ICFES.

Walther, J.B., Gay, G., & Hancock, J.T. (2005). *How do communication and technology researchers study the Internet*. Journal of Communication, 55(3), 632-657

Revistas, artículos de revista, informes y referencias Web:

Alonso, L. (1996). *El grupo de discusión en su práctica: memoria social, intertextualidad y acción comunicativa*. Revista internacional de Sociología, Madrid. (13): 5-36.

Astudillo, F. J. (2014): *Sociología Digital*.

<https://sociologiadigital.wordpress.com/2013/08/17/metodos-digitales-repensando-la-sociologia/>.

Barral, Pepa (2017). *El arte de investigar*. Revista Investigación y Marketing. Nº 135.

<https://www.aedemo.es/2017/11/27/arte-investigar/>

Capdevielle, Julieta (2011). *El concepto de habitus “con Bordieu y contra Bordieu”*. Revista andaluza de ciencias sociales (Anduli), Nº 10, `ágs. 31-46.

Criado, M. (1997). *El grupo de discusión como situación social*. Revista española de investigaciones sociológicas (79): 81-112.

Charmaz, Kathy C. (2006). *Constructing Grounded Theory: A Practical Guide Through Qualitative Analysis*. Thousand Oaks, California: Sage Publications.

<http://www.edipica.com.ar/archivos/jorge/psicoanalisis/lacan3.PDF>

Femenías, M.; Martínez, A, coordinadores (2015). Judith Butler : Las identidades del sujeto opaco. La Plata : UNLP. FAHCE. (Estudios-Investigaciones ; 56). En Memoria Académica.

<http://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/libros/pm.398/pm.398.pdf>

Flores, D. (2012). *En busca del sujeto extraviado, reflexiones en torno al estudio de blogs*. Revista Diálogos de la comunicación, 76, 1-7.

<http://dialogosfelafacs.net/wp-content/uploads/2012/01/76-revista-dialogos-estudiode-blogs.pdf>

Frey, M. (2006). *El discurso autobiográfico en el blog personal: características de un género híbrido*. Culturas Populares, Revista Electrónica 3, 1-13.

<http://www.culturaspopulares.org/textos3/articulos/frey.pdf>

Fumero, A. (2005). *Un tutorial sobre blogs. El abecé del universo blog*. Revista Telos, 65, 1- 13.

<http://telos.fundaciontelefonica.com/telos/articulocuaderno.asp?idarticulo=1&rev=65 .htm>

Fumero, A. y Sáez Vacas, F. (2006). *Blogs: en la vanguardia de la nueva generación web*. Novática: Revista de la Asociación de Técnicos de Informática, (183), 68-73.

<http://www.ati.es/novatica/2006/183/183-68.pdf> 36

12. Bibliografía

Fundación Telefónica (2019). *La Sociedad Digital en España*.

García Álvarez. Ercilia, López Sintas J. (2012). *Ciencia abierta, e-ciencia y nuevas tecnologías: Desafíos y antiguos problemas en la investigación cualitativa en las ciencias sociales*.

García Peris, D. (2008). *¿Qué es una blogosfera?*.

<http://www.danielgarciaiperis.cat/es/2008/05/29/%C2%BFque-es-una-blogosfera/>

Herring, Susan. (2003). *Gender and power in online communication*. Indiana University, Bloomington.

http://www.researchgate.net/profile/Susan_Herring3/publication/37609678_Gender_and_Power_in_Online_Communication/links/53e3fae20cf21cc29fc76e57.pdf

Herring, Susan., Scheidt, L., Wright, E. & Bonus, S. (2005). *Weblogs as a bridging genre*. *Information Technology & People*, 18 (2), 142-171.

<http://www.emeraldinsight.com/doi/abs/10.1108/09593840510601513?journalCode=p>

(IAB) Estudio de International Advertising Bureau sobre RRSS 2020.

Ibáñez, Jesús (1990a). *Nuevos avances en la investigación social. La investigación social de segundo orden*. Ed. Anthropos, Nº 22, 3-22, Barcelona.

INE (2019). *Estadísticas de sociedad de la información. Encuesta 2019 sobre Equipamiento y Uso de Tecnologías de la Información y Comunicación en los Hogares España*.

Kozinets, R. (2010b). *Tigers, Oysters and Communities. Brandthroposophy: A Marketing, Social Media, and Research Blog*.
<http://kozinets.net/archives/375>. Última revisión: 21 de diciembre del 2011.

Lacan, J (1953). *Lo simbólico, lo imaginario y lo real*. Lectura Lacaniana (2015).

Loreta Magallanes. E, Udovicich & Agustín Zanotti. *Análisis etnográfico multi-plataforma. Inmersiones en internet y desafíos de campo*.

<https://www.qualitative-research.net/index.php/fqs/article/view/2645/4119>

Lucerga Pérez , María José. *Gregory Bateson: lectura en clave semiótica de una aventura epistemológica del siglo XX* . (Revista electrónica de estudios filológicos. Tonos Digital. Universidad de Murcia, abril 2003)

<https://www.um.es/tonosdigital/znum5/perfiles/bateson.htm>

Martín Criado, E. (1997). *El grupo de discusión como situación social*. Revista Española de Investigaciones Sociológicas (REIS), N° 79, 1997, págs. 81-112.

Martínez Pérez.A y Victoriano Camas Baena. RXIUS, nº monográfico: “*El cualitativismo crítico español: una teoría práctica y una práctica teórica del conocimiento sociológico y de la investigación social*.”

https://www.academia.edu/12331862/El_cualitativismo_cr%C3%ADtico_como_espacio_de_encuentro_y_aprendizaje_para_el_cambio_social_y_personal?email_work_card=abstract-read-more

Pérez Andrés, Cristina. *Sobre la metodología cualitativa*.

http://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1135-57272002000500001

12. Bibliografía

- Revista Investigación y Marketing (1995). *Especial cualitativo*, N° 47, Marzo. Número monográfico.
- Revista Investigación y Marketing (2000). *Investigación e Internet*, N° 69, Diciembre. Número monográfico.
- Revista Investigación y Marketing (2001). *Debate abierto: una reflexión sobre el trabajo de campo*, N° 91, Septiembre. Número monográfico.
- Revista Investigación y Marketing (2006). *Investigación online: el impacto de las nuevas tecnologías*, N° 91, Junio. Número monográfico.
- RTVE *Creación de propuestas artísticas desde la Nuevas tecnologías*.
<http://www.rtve.es/alacarta/videos/metropolis/metropolis-poeticas-conectividad/3106671>
- Sandoval Forero, Eduardo Andrés. *Cibersocioantropología de comunidades virtuales*. Revista Argentina de Sociología, vol. 5, núm. 9, noviembre-diciembre, 2007, pp. 64-89 Consejo de Profesionales en Sociología.
- Siles González.I. *A la conquista del mundo en línea: internet como objeto de estudio (1990–2007)*
http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0188-252X2008000200003
- Torres De, Paz (2016). *Ciudadanos cosmopolitas en red: la dimensión internacional de las ciudades*. Comunicación presentada al II Congreso Ciudades Inteligentes.
<http://www.esmartcity.es/comunicaciones/ciudadanos-cosmopolitas-red-dimension-internacional-ciudades>