

Estrategias metodológicas para el análisis de comunidades virtuales

Año
2018

Autores
Rodríguez, Malvina y Melano Cassina,
Francisco

Este documento está disponible para su consulta y descarga en el portal on line de la Biblioteca Central "Vicerrector Ricardo Alberto Podestá", en el Repositorio Institucional de la **Universidad Nacional de Villa María**.

CITA SUGERIDA

Rodríguez, M. y Melano Cassina, F. (2018). *Estrategias metodológicas para el análisis de comunidades virtuales* 20vo Congreso REDCOM. Primer congreso latinoamericano de comunicación de la UNVM. Comunicaciones, poderes y tecnologías: de territorios locales a territorios globales. Villa María: Universidad Nacional de Villa María



**XX° Congreso de REDCOM – I° Congreso Latinoamericano de Comunicación de la UNVM.
“Comunicaciones, poderes y tecnologías: de territorios locales a territorios globales”.**

MESA 14 C - COMUNICACIÓN DIGITAL [*Formato Ponencia. Modalidad: Experiencias metodológicas / pedagógicas / buenas prácticas*]

Título: Estrategias metodológicas para el análisis de comunidades virtuales

Autores: Dra. Malvina Rodríguez, Lic. Francisco Melano Cassina.

Resumen

Se presentan los resultados del proyecto de investigación “Participación ciudadana y estrategias sociodigitalizadas en nuevas expresiones del conflicto social en Argentina y Brasil”, haciendo foco en la metodología desarrollada. La investigación aborda las expresiones del conflicto social en América Latina, desde las nuevas formas de comunicación y participación ciudadana que implican la construcción de “realidades sociodigitalizadas”.

En términos metodológicos el desafío fue diseñar e implementar herramientas que permitieran el análisis de comunidades virtuales de diversa identidad y diferente visión, pero igualadas en un eje común: la utilización de las redes sociales como canales que amplifican el discurso, viralizan las actividades, promueven las manifestaciones sociales e instan a la acción y comunicación de los contenidos con el resto de la sociedad y con las demás comunidades sociodigitalizadas.

Se tomaron como unidades de análisis 5 comunidades virtuales, tres de Argentina: Ecos Córdoba (EC), La Tinta (LT), Ni Una Menos (NUM); y dos de Brasil: Ordem dos Advogados do Brasil Rio de Janeiro (OAB-RJ) y Movimento Advogados pela Legalidade Democrática Rio de Janeiro (ALD-RJ).

El objeto se abordó mediante entrevistas realizadas a referentes de estas organizaciones. Y también mediante el análisis de contenido de las publicaciones de las comunidades en las redes sociales (Facebook) por un período de dos años en promedio.

Se optó por un análisis de contenido que incluyó variables cuantitativas y cualitativas, para las que se desarrolló una matriz analítica que cumplió la doble función de operacionalizar categorías e indicadores indetectables, tanto en los corpus obtenidos en las entrevistas, como en el corpus del estudio sobre la actividad de las comunidades en las redes sociales.

Tanto la matriz, como el glosario que sirvió de soporte para el entendimiento común de las variables, así como todas las etapas del proceso, fueron ampliamente debatidas en nutridos encuentros que se realizaron entre todos los integrantes del equipo. Pudiendo así optimizar los criterios tanto en la recolección, como codificación manual que se hicieron sobre las comunicaciones digitales analizadas.

*Introducción*¹

El proyecto de investigación “Participación ciudadana y estrategias sociodigitalizadas en nuevas expresiones del conflicto social en Argentina y Brasil” indagó sobre las actuales manifestaciones del conflicto social en Latinoamérica, en el marco de dos procesos políticos simultáneos en la región, y conectados en el incremento de la conflictividad social que suscitaron: el cambio de gobierno en Argentina en 2015 y el impeachment en Brasil en 2016.

A partir de la descripción analítica de los procesos de construcción de realidades sociodigitalizadas -que se establecen en los ámbitos de interacción de la sociedad civil-, el proyecto indagó sobre la actividad de comunidades sociodigitales de ambos países, y sobre el impacto que generan en la misma, las operaciones online y offline ejercidas por las comunidades en el espacio público.

El objetivo principal de la investigación fue identificar, sistematizar y describir analíticamente las formas de comunicación y participación ciudadana que implican la construcción de realidades sociodigitalizadas en las nuevas expresiones del conflicto social en Argentina y Brasil.

Al hablar sobre realidades sociodigitalizadas remitimos al concepto desarrollado por las directoras de la investigación: Rodríguez y Theiler (2016a) consideran que las interacciones de los actores en el espacio público político catalizan los procesos de construcción y deconstrucción de la realidad social, en un entorno complejizado e interceptado por los intercambios discursivos producidos en el ámbito digital, configurados por los actores en forma autónoma y descentralizada, y luego reconfigurados en la apropiación del espacio público, la presencia física y la acción concreta de los mismos.

En este sentido consideramos las comunidades sociodigitales -objeto de la investigación- como novedosas manifestaciones de autocomunicación de masas que se expresan en el mundo digital como contraparte de la actividad ejercida en los ámbitos tradicionales de participación ciudadana. Y las interpretamos en su búsqueda por establecer temas, reclamos y visiones propias, en las agendas mediáticas y en diversos ámbitos de influencia (Rodríguez y Theiler, 2016a).

Además de los mencionados, el marco teórico del proyecto incluyó a su vez, un variado recorrido bibliográfico, tomando autores como Castells (1996, 2009), Van Dijck (2016) Jenkins (2008), Achache (1998), Martínez Pandiani (2004), O’Donell (2010), Trivinho (2006) y Calveiro (2006), entre otros. En consonancia, el equipo de investigación internacional, conformado por miembros de la Universidad Nacional de Villa María y de dos universidades de Brasil, se caracterizó por su conformación interdisciplinaria, con miembros de diferentes trayectorias y niveles académicos, lo que permitió un abordaje integral de la temática.

El diseño metodológico tuvo un enfoque constructivista e incluyó el despliegue de técnicas de diverso orden, a los fines de avanzar sobre el objeto de la investigación y propiciar la ejecución de nuevos instrumentos para el trabajo de campo.

El corpus analítico estuvo compuesto por **entrevistas a informantes clave** y por el **relevamiento de los discursos de las comunidades sociodigitales en las redes sociales**. El desafío en su abordaje fue doble: por un lado, lograr una eficiente complementariedad de técnicas analíticas que permitiera operacionalizar categorías e indicadores identificables en un corpus

¹ Este trabajo se enmarca en los Proyectos de Investigación “Participación ciudadana y estrategias sociodigitalizadas en nuevas expresiones del conflicto social en Argentina y Brasil” (2016-2017) y “Comunicación política sociodigital: comunidades y partidos en red en América Latina” (2018-2019), desarrollados en el Instituto Académico Pedagógico de Ciencias Sociales (IAPCS) de la Universidad Nacional de Villa María.

diverso (entrevistas y relevamiento en redes). Y por el otro, desarrollar herramientas de análisis de contenido que permitieran la codificación de un gran caudal de mensajes emitidos en redes sociales, por comunidades sociodigitales de dos países -e idiomas- diferentes, y también con diferente origen, objetivo y evolución, pero igualadas en un eje común: la utilización de las redes sociales como canales que amplifican el discurso, viralizan las actividades, promueven las manifestaciones sociales e instan a la acción y comunicación de los contenidos con el resto de la sociedad y con las demás comunidades virtuales.

La investigación recabó más de más de 400 minutos de entrevistas realizadas a diversos informantes clave y a los referentes de comunidades sociodigitales. También se recopilaron y codificaron los mensajes emitidos en la red social Facebook, por 3 comunidades virtuales de Argentina y 2 de Brasil, en un lapso de tiempo que inicia en enero de 2015 y se extiende hasta agosto de 2017, y que consideró un promedio de dos años para cada comunidad.

En total fueron analizados 1269 mensajes emitidos, interpretados individualmente bajo más de 20 categorías analíticas cuantitativas, y en conjunto por otras 5 macro-variables cualitativas. Los mismos se recolectaron en los perfiles de las comunidades en la red social Facebook, generando más de 1500 documentos de captura de pantalla que luego se codificaron de forma manual en una matriz de relevamiento de la información.

En el presente documento pretendemos describir el trazado metódico realizado por el equipo de investigación, a los fines de referir a futuras investigaciones las estrategias metodológicas ejecutadas en el análisis de las comunidades virtuales. Se propone un recorrido ordinal, con el entendimiento de que no hablamos de compartimentos estancos, sino interconectados y formando parte de un proceso que involucra avances, retrocesos y correcciones, simultánea y permanentemente.

Hacia el final del documento, reflexionamos sobre la importancia de la técnica de análisis de contenido como herramienta válida y eficiente para estudiar los mensajes difundidos en las redes sociales -en relación a las características intrínsecas de las mismas-, y sobre los instrumentos metodológicos diseñados para tal fin.

1. Mapeo de comunidades sociodigitales

En primera medida, y luego de una rigurosa revisión de la literatura sobre la temática, se desarrolló un relevamiento de comunidades intervinientes en el espacio público político que pudieran enmarcarse bajo la concepción de comunidades sociodigitalizadas. Se presentaron las categorías y fuentes clave para el mapeo de las comunidades, para lo que fueron especialmente trascendentes los momentos de reunión del equipo, que se complementaron con teleconferencias entre los miembros de Argentina y Brasil.

A su vez, se realizaron capacitaciones internas y abiertas sobre las técnicas de recolección de la información empleadas, como así también sobre otras técnicas cuantitativas, cualitativas y sobre la creación de sistemas de categorías. Las mismas fueron realizadas por todos los miembros del equipo, lo que permitió homogenizar la aplicación de las técnicas, unificando criterios y lineamientos de trabajo.

Finalmente, se realizó un mapeo de redes alternativas, medios sociales de comunicación de masas y nuevos espacios de participación social, entre otras comunidades virtuales que ejecutan su participación en entornos sociodigitalizados, en cada país.

Este mapeo se amplió con una descripción para contextualizar y caracterizar cada comunidad relevada por los diferentes miembros del equipo. Finalmente se optó tomar como

unidades de análisis de la investigación 5 comunidades virtuales, en atención a dos criterios para cada país, concordantes con los objetivos del proyecto.

En el caso de Argentina, se escogieron comunidades sociodigitales que interpretan actuales manifestaciones de la conflictividad ciudadana en diferentes ámbitos de aplicación, y que a su vez sintetizan algunas de las tensiones acerca del cambio de gobierno en el país, luego de 12 años de liderazgo peronista. Se determinaron las comunidades Ecos Córdoba (EC, en adelante), La Tinta (LT, en adelante) y Ni Una Menos (NUM, en adelante), con participación en las esferas de medioambiente, medios alternativos de comunicación y género, respectivamente.

En el caso de Brasil, se consideraron igualmente las comunidades digitales con interacción en el espacio público, pero con relación al fenómeno del impeachment y el posterior cambio de signo político en el ejecutivo brasileiro. Se tomaron dos comunidades virtuales que evidencian las disputas en el seno del ámbito jurídico en torno a la destitución parlamentaria contra la entonces presidenta Dilma Rouseff: Ordem dos Advogados do Brasil Rio de Janeiro (OAB en adelante) y Movimento Advogados pela Legalidade Democrática Rio de Janeiro (ALD en adelante).

El mapeo también incluyó un relevamiento rápido y un muestreo inicial de los perfiles creados y mensajes emitidos en las redes sociales por las comunidades seleccionadas. Se comprobó que las mismas tenían actividad en diferentes redes sociales como Facebook, Twitter, Instagram y Youtube principalmente. De todos modos, en relación al muestreo inicial y las estadísticas de utilización en ambos países, se decidió considerar las comunicaciones realizadas por las comunidades en la red social Facebook.

El principal motivo de la decisión fue que, en el período de análisis, y aún hoy, Facebook es la red social más utilizada del planeta y de la región. En Latinoamérica entre 2015 y 2017 la penetración en el uso de las redes sociales, sobre el total de la población, fue en promedio del 64% en Argentina y del 51% en Brasil. En ambos países, durante los 3 años, Facebook mostró una penetración superior al 50%, muy por encima de la media mundial y sudamericana. Brasil es desde 2017, en el tercer país con mayor cantidad de usuarios activos de Facebook en el mundo, y primero en la región, seguido por Argentina, segundo país sudamericano en atención a los perfiles interactuantes en la red (We Are Social, 2015, 2016, 2017).²

2. Entrevistas con informantes claves

Las entrevistas se dieron en simultáneo al mapeo de las comunidades virtuales, con el objetivo de obtener las primeras impresiones del campo por parte de sus protagonistas. Las entrevistas se realizaron a referentes de las comunidades sociodigitales que comenzaron a registrarse en el mapeo, y también de otras con experiencia en el despliegue de estrategias comunicacionales en el ámbito digital.

El conjunto de entrevistas exploratorias a referentes clave, junto a entrevistas en profundidad realizada a los protagonistas de cada comunidad virtual, supusieron una mirada inicial, y la recolección del primer parte del corpus propuesto en el proyecto.

En Argentina se entrevistó a Pía López, integrante del colectivo de mujeres fundadoras de NUM, a Lucía Maina, periodista de LT y a Leandro Rossa, referente de EC, junto a otros

² Los datos sobre utilización de internet son tomados del informe elaborado anualmente, por regio, país y a nivel global, por la agencia global We Are Social y la plataforma digital Hootsuite. Se prefiere utilizar estos informes porque muestran y rastrean datos de fuentes muy variadas como organismos públicos y las mismas empresas propietarias de las redes sociales. Se puede verificar el último informe publicado en el siguiente enlace <https://bit.ly/2DMf7Gb>

informantes clave como Luis Tuninetti, militante socioambiental y creador del blog y redes Eco Sitios; mientras que en Brasil las entrevistas se realizaron a militantes de las comunidades analizadas, donde se destacan las entrevistas a los abogados Antonio Pedro Melchior y Gustavo Proença.

3. Sistema de categorías analíticas

Los puntos anteriores dividieron al equipo de investigación entre quienes llevaron adelante las entrevistas -y su transcripción- y quienes realizaron el mapeo de las comunidades socio-digitalizadas. A su vez, todo el equipo siguió profundizando las lecturas en torno al marco teórico propuesto. Toda esta información fue compartida y luego debatida por el equipo, para comenzar a delimitar cuáles serían las categorías que conformarían la matriz analítica del proyecto.

En base a los objetivos de la investigación se definieron 7 dimensiones analíticas que permitieron dar cuenta del fenómeno en estudio; las mismas fueron: conflicto social, participación ciudadana, realidad sociodigitalizada, comunidades sociodigitales, consumos culturales, capital transpolítico y espacio público.

Cada dimensión se conformaba con diversas categorías analíticas, cada una de las cuales posibilitaban diferentes niveles de análisis. En total se establecieron 20 categorías analíticas para las 7 dimensiones del análisis, plausibles de interpretarse en hasta 19 niveles de análisis diversos.

Las dimensiones, categorías y niveles analíticos fueron descriptos en profundidad en un glosario colaborativo, que fue completado por las y los integrantes del equipo, en relación con las características y conceptos que cada elemento comprendía.

Luego de nutridos encuentros en donde se expusieron los resultados y acuerdos sobre los conceptos expresados en el glosario colaborativo, se comenzó el trabajo sobre muestras que se extrajeron del corpus analítico: extractos de entrevistas y un relevamiento inicial de 20 publicaciones realizadas en Facebook por cada comunidad.

A la luz del corpus, de la muestra y del debate grupal, se determinó separar las categorías en aquellas adecuadas para el abordaje integral de las expresiones de conflicto social, por parte de las comunidades sociodigitales, a las que denominamos “categorías para la interpretación”, es decir indicadores que pudieran exponerse sobre el conjunto completo del corpus con el que contábamos (entrevistas a referentes clave, perfiles y mensajes emitidos en las redes sociales). Y por otro lado, aquellas que permitían cotejarse con cada uno de los mensajes emitidos por las comunidades, en forma individual, a las que denominamos “categorías para el análisis de contenido”.

Este procedimiento incluyó la operacionalización de dichas categorías analíticas. Por un lado las “categorías para la interpretación”, de corte cualitativo, proponían conceptualizaciones generales para la descripción problemática; mientras que las “categorías para el análisis de contenido”, para la medición cuantitativa, posibilitaban el cotejo de cada mensaje en forma individual para la obtención de resultados estadísticos de cada comunidad sociodigital, y la consecuente comparación entre las mismas.

4. *Matriz de relevamiento informativo (MRI)*

En primer término, se avanzó sobre las denominadas “categorías para el análisis de contenido”, para lo que se diseñó un instrumento que permitiese la recolección de los mensajes expresados en las redes y a su vez la interpelación de cada uno en base a diferentes categorías, cada una de las cuáles era plausible de adoptar diferentes niveles o valores.

Este aspecto metodológico se presenta como un desafío en numerosas investigaciones científicas sobre las redes digitales de comunicación, y en general sobre diversos estudios que tienen como eje común la selección de corpus que se alojan en Internet. La virtualidad, a diferencia de la presencia física que podría suponer una carta o un recorte de una revista, representa un punto crucial en el desenvolvimiento de muchos estudios.

En algunos casos se opta por incorporar programas informáticos de avanzada, que en el marco del *big data* tienen capacidad de procesamiento infinito y son de amplia utilización en diversos ámbitos como el marketing, comunicación digital, finanzas, etc.

A menudo, la falta de transparencia de estos sistemas informáticos se convirtió en uno de los obstáculos para su avance hacia otros ámbitos de acción como el académico, a lo que se suma muchas veces la falta de recursos económicos y/o técnicos para su gestión, como así la complejidad que supone su desarrollo y funcionamiento.

Considerando lo mencionado, se buscó desarrollar un instrumento metodológico transparente, capaz de trascender el dilema de la materialidad, que sea asequible en su implementación y accesible en su puesta en marcha y sobre todo funcional al objetivo de la investigación, y al corpus particular y la técnica de análisis de contenido con la que se lo evaluaría.

El instrumento producido se denominó Matriz de relevamiento informativo (M.R.I en adelante)³. Su implementación se dio en diferentes etapas: en un primer período al momento de la recolección de los mensajes emitidos en Facebook, en un segundo momento para el análisis de cada mensaje en forma individual, y un tercer período en donde la MRI sirvió para obtener datos estadísticos de cada categoría y comunidad sociodigital, y su representación en gráficos comparativos.

Visualmente se representaba en una forma simple y conocida: como un cuadro de doble entrada, en donde las filas simbolizaban cada mensaje que sería recolectado y luego analizado, y las columnas, cada una de las categorías analíticas a las que se sometían los mensajes. Se utilizó un programa informático de vasto manejo: Microsoft Excel. El mismo sirvió, en los dos primeros períodos arriba señalados, para integrar los datos que se obtuvieron de la observación sistemática de los perfiles y mensajes en las redes sociales, sólo a fines representativos; es decir que esos mismos datos se hubieran podido representar en un soporte físico como el papel. Este hecho aumenta exponencialmente la validez de la herramienta para el análisis científico, haciendo que el instrumento resulte eficaz para superar el dilema de la materialidad y la transparencia que mencionamos. Finalmente, en un tercer período, el programa se implementó para el recuento de los valores obtenidos en cada categoría en forma individual, y su posterior significación en gráficos de torta y gráficos de barra; procedimientos que se efectuaron mediante operaciones matemáticas e informáticas que posibilita Microsoft Excel.

³ Nombre inspirado en el propuesto por las investigaciones lideradas por Mario Riorda (Riorda y Valenti Coord., 2015; Lopez-Ghio et. al., 2015). Si bien se toma el nombre, la funcionalidad de la MRI en la investigación citada sólo correspondía a estructurar el sistema de categorías analíticas, mientras que en nuestro caso la MRI se implementó además para la recolección y codificación manuales de los mensajes

Matriz de Relevamiento de Publicaciones			Participación ciudadana y estrategias comunicacionales en nuevas expresiones del conflicto en						
Comunidad	Nº de publicación	Mes	Link	Fecha	Tipología publicación	Complementos	Destinatarios	Lidiazos	Actos de guerra
ECO	1	ago-16							
LT	2	ago-16							
NUM	3	ago-16							
OAB	4	ago-16							
AID	5	ago-16							

Matriz de Relevamiento de Publicaciones				
Comunidad	Nº de publicación	Mes	Link	Fecha
ECO	1	ago-16		
LT	2	ago-16		
NUM	3	ago-16		
OAB	4	ago-16		
AID	5	ago-16		

Figura 1: MRI. Vista principal y detalle de la Matriz de Relevamiento de la Información en el primer período, la misma solo mostraba las categorías analíticas con los diferentes valores que podía adoptar cada una.

La MRI fue diseñada para cumplimentar diversas etapas del proceso metodológico que puntualizamos a continuación:

a. Recolección y codificación técnica

En primera instancia se identificaron los perfiles de cada comunidad en la red social Facebook. Luego se utilizó la herramienta “publicaciones destacadas” de la misma red social, que permite buscar cuáles fueron los mensajes emitidos por cada comunidad que tuvieron mayor repercusión, alcance e interacciones en cada uno de los meses del período analítico considerado para cada una.

Mediante esta herramienta, los resultados se muestran en orden ascendente en razón a la popularidad de cada mensaje, y se permite individualizar cada uno mediante la obtención del *link* o hipervínculo identificador y único que cada mensaje posee.



Una Menos (1) y las publicaciones destacadas de junio de 2017 (2). Al hacer *click* sobre la fecha de cada post se puede acceder a su *link* o *hipervínculo*, que es único e identifica cada mensaje en forma individual.

Se seleccionaron un número máximo de 20 mensajes emitidos por mes por cada comunidad⁴ en cada mes. Cada *link* fue transcripto a cada una de las filas de la MRI, asignándosele un número interno a cada uno, que se acompañó con el código asignado a cada comunidad. Estas acciones permitían la individualización de cada mensaje, como así su rápida ubicación para cualquier miembro del equipo, que podía verlo ingresando el *link* en un navegador web. A la par, cada código sirvió para nominar los documentos de imagen de captura de pantalla

⁴ A los fines de esta investigación se evitaron los mensajes de actualización de fotos de perfil y/o de foto de portada, excepto que hayan tenido una elaboración especial o una repercusión particular.

que se fueron realizando sobre cada mensaje, a los fines de su resguardo en cada de que los mensajes sean eliminados, archivados o cualquier otro contratiempo. Los documentos de captura de pantalla se realizan ante la posibilidad de que los mensajes sean eliminados o archivados por sus creadores, o porque puede infringir alguna norma de utilización de Facebook. En este aspecto, aquí también incrementa la validez de la investigación, ya que los documentos pueden imprimirse en papel y conservarse.

Esta parte del proceso fue realizada por un subgrupo dentro del equipo investigador que se encargó del relevamiento de todos los mensajes y de la elaboración técnica de la MRI. El resto del equipo se dividió en cuatro subgrupos, cada uno de los cuáles trabajó sobre una comunidad diferente (y dos en el caso del equipo brasilero que analizó las dos comunidades de dicho país en forma conjunta).

		ECO	NUM	LT			ECO	NUM	LT			ECO	NUM	LT		
2015	ene	10			2015	ene	20	14		2017	ene		20	20	TOTAL	
	feb	20				feb	20	15			feb		20	20		
	mar	20	14			mar	20	18			mar		20	20		
	abr	20	6			abr	20	20			abr		17	20		
	may	20	20			may	20	20			may			20		
	jun	20	20			jun	20	20			jun					20
	jul	20	20			jul	20	20			jul					20
	ago	20	20			ago	20	20	20		ago					20
	sep	20	18			sep	20	20	20		sep					
	oct	20	19			oct	20	20	20		oct					
	nov	20	20			nov	20	20	20		nov					
	dic	20	6			dic	20	20	20		dic					
TOTAL		238	163	0			240	227	100			0	77	160	1205	

Figura 3: Organización interna que representa la cantidad de mensajes recabados en cada mes y cada comunidad virtual analizada en Argentina. En el caso de ECO se visibilizó actividad en las redes en forma previa a 2015, mientras que NUM abrió su página de Facebook en marzo de 2015 y LT en agosto de 2016.

b. Codificación analítica e Instructivo para el análisis

A cada subgrupo se le entregó una MRI que contenía el código y el *link* de cada mensaje recabado, y un total de 20 categorías analíticas con las que debían interpretar cada mensaje. En cada categoría, el grupo encontraba una lista desplegable de opciones que posibilitaban la clasificación del mensaje en uno u otro sentido, y a la vez un espacio para incluir observaciones que hicieran al proceso de codificación manual e interpretación que llevaban a cabo.

5. Matriz de relevamiento de perfiles

A su vez se compuso una Matriz de relevamiento de los perfiles creados en la red social Facebook. Al tener las mismas posibilidades y herramientas a la hora de construir su identidad en esta red, es válido considerar todos los elementos que conforman el perfil de las comunidades para su comparación.

En este aspecto se constituyó un cuadro de doble entrada en el programa Microsoft Excel, que permitía la descripción de todos los elementos que constituyen el perfil creado en Facebook por cada comunidad: nombre, nombre corto y *link* del perfil, cantidad de *fans* y de seguidores, foto de perfil y foto de portada, descripción corta, perfiles signados como "Miembros del equipo"; tiempo de respuesta de los mensajes, pestañas, pestaña información y verificación de cuenta.

M.R.P.		Participación ciudadana y estrategias de organización en nuevas expresiones del conflicto social en Argentina y Brasil				
Indicador	MIN	CU	LI	ALU	UAB	
Nombre	Miembros	Trabajadores	Trabajadores	Miembros	Trabajadores	
Nombre corto	Miembros	Trabajadores	Trabajadores	Miembros	Trabajadores	
Link	Trabajadores	Trabajadores	Trabajadores	Trabajadores	Trabajadores	
Cantidad de fans	Trabajadores	Trabajadores	Trabajadores	Trabajadores	Trabajadores	
Cantidad de seguidores	Trabajadores	Trabajadores	Trabajadores	Trabajadores	Trabajadores	
Foto de perfil	Trabajadores	Trabajadores	Trabajadores	Trabajadores	Trabajadores	
Foto de portada	Trabajadores	Trabajadores	Trabajadores	Trabajadores	Trabajadores	
Descripción corta	Trabajadores	Trabajadores	Trabajadores	Trabajadores	Trabajadores	
Perfiles signados como "Miembros del equipo"	Trabajadores	Trabajadores	Trabajadores	Trabajadores	Trabajadores	
Tiempo de respuesta de los mensajes	Trabajadores	Trabajadores	Trabajadores	Trabajadores	Trabajadores	
Pestañas	Trabajadores	Trabajadores	Trabajadores	Trabajadores	Trabajadores	
Pestaña información	Trabajadores	Trabajadores	Trabajadores	Trabajadores	Trabajadores	
Verificación de cuenta	Trabajadores	Trabajadores	Trabajadores	Trabajadores	Trabajadores	

Figura 6: Matriz de Relevamiento de Perfiles creados en las redes sociales.

6. Resultado del análisis de contenido e interpretación de datos. Primeras conclusiones analíticas.

Luego de que cada subgrupo terminó con la codificación manual de todos los mensajes recabados, se unificó en un solo documento toda la información, de modo que se obtuvo la MRI final de la investigación. En la misma matriz, mediante procedimientos informáticos del programa Excel, fue posible la síntesis de los datos en gráficos analíticos por cada comunidad y categoría recabada en la matriz; y a la vez gráficos que expresaron los valores hallados en cada caso y su consecuente comparación.

Los primeros resultados del análisis de contenido, tomando las denominadas “categorías para el análisis de contenido”, fueron compartidos con todos los miembros del equipo para avanzar sobre el análisis integral de cada comunidad partiendo de las “categorías para la interpretación”.

La interpretación se efectivizó en tres sentidos: sobre el material recabado en las entrevistas, sobre los mensajes analizados y los datos estadísticos obtenidos y sobre los perfiles de las comunidades en Facebook.

Las categorías para la interpretación consideradas fueron: **entorno** (contexto histórico, geográfico, político, económico, coyuntura, extensión y utilización de Internet), **ideología** (componentes simbólicos y de políticas), **audiencias** y **liderazgos**.

Hacemos aquí una reflexión sobre la importancia de incorporar -en investigaciones cuyos objetos de estudio incluyan comunicaciones digitales- categorías similares a la que denominamos entorno, y que indagan sobre los contextos sociales en los que se gestan y desenvuelven las comunidades sociodigitalizadas. Especialmente lo concerniente a la brecha digital y la penetración de Internet y las redes sociales en nuestras latitudes.

En esta dirección, consideramos que estar excluido representa quedar fuera de uno de los más trascendentales espacios de construcción de sentido de nuestra época. Es por esto, que “para poder establecer qué tipo de comunicación se da (...) a través de estas redes, es necesario conocer los grados de penetración de las nuevas tecnologías (...) asumiendo que ello será un elemento clave” (Lopez-Ghio *et. al.*, 2015, p. 28).

Una vez concluida esta etapa, se dio por finalizado el trabajo empírico del proyecto de investigación 2016-2017, pero el marco metodológico y los resultados obtenidos continúan evaluándose en el Proyecto de investigación 2018-2019.

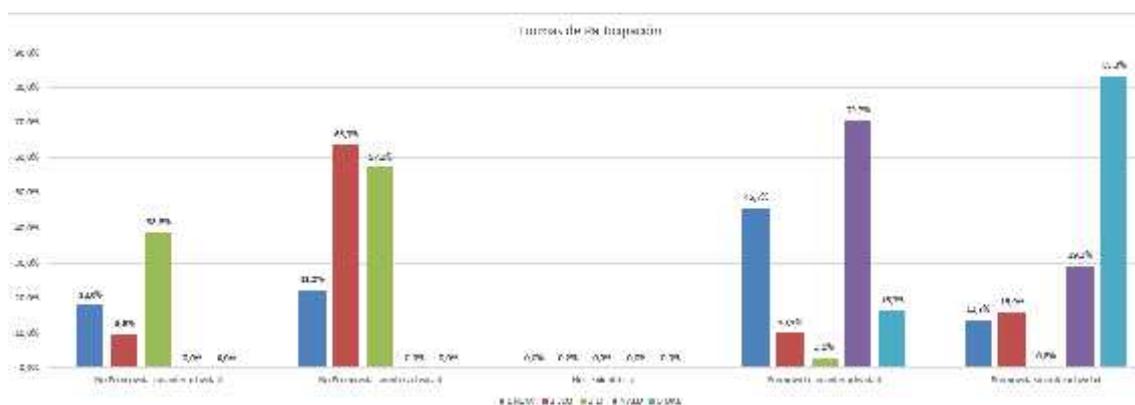
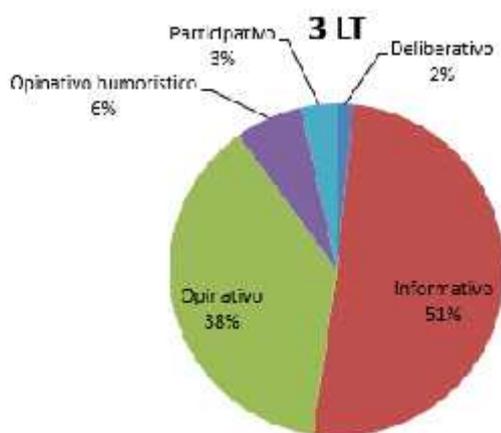


Figura 7: Gráfico de los resultados de la categoría “Usos de las redes sociales” en la comunidad NUM (arriba) Gráfico comparativo de la categoría Formas de Participación y su comportamiento en los mensajes recabados en las 5 comunidades



Figura 8: Representación esquemática del recorrido metodológico desarrollado por el equipo de investigadores.

Reflexiones finales

De acuerdo con la propuesta metodológica del proyecto de investigación “Participación ciudadana y estrategias sociodigitalizadas en nuevas expresiones del conflicto social en Argentina y Brasil”, podemos extraer conclusiones en diversos aspectos.

Sobre la técnica de análisis de contenido -sin adentrarnos en los debates académicos en torno a la misma-, coincidimos con Krippendorff en que la misma está considerada “como una de las metodologías más importantes de la investigación sobre comunicación” (1990, p. 282).

Siguiendo a Bardin, quien incorpora la visión cualitativa en una técnica de corte cuantitativo, entendimos por análisis de contenido “el conjunto de técnicas de análisis de las comunicaciones tendientes a obtener indicadores (cuantitativos o no) por procedimientos sistemáticos y objetivos de descripción del contenido de los mensajes, permitiendo la inferencia

de conocimientos relativos a las condiciones de producción/recepción (variables inferidas) de estos mensajes” (1996, p.32).

Sobre la aplicabilidad de esta técnica a corpus analíticos extraídos de mensajes difundidos en las redes sociales, consideramos altamente eficaz para su recolección, procesamiento, análisis e interpretación posterior.

En cuanto a la matriz desarrollada para el Análisis de Redes Sociales, en esta investigación particularmente de comunidades sociodigitales, la MRI, consideramos que se presenta como una herramienta de enorme efectividad y beneficio para el despliegue de técnicas de análisis de contenido tanto en redes sociales y entornos virtuales como en otros entornos comunicacionales. Es decir, con este mismo tipo de matrices podrían analizarse mensajes emitidos por cualquier tipo de soporte o plataforma, en cualquier medio, y en cualquier fecha.

A su vez, un mismo corpus de mensajes, por ejemplo, los que recabamos para la presente investigación, pueden ser tomados a futuro y analizarse a la luz de categorías de cualquier índole. Entre sus ventajas para la validez y trascendencia de la investigación, destacamos la posibilidad de contrastación intersubjetiva que permite, ya que diferentes tipos de corpus pueden estudiarse con la misma matriz o sobre mismos corpus análisis de diferentes tipos de variables.

Sumados a otros aspectos positivos que resaltamos en la puesta en práctica de este tipo de matrices. El sistema puede representarse en cualquier soporte, y aunque el programa Excel es de masiva utilización, los mismos datos pueden transmitirse en papel o en otros sistemas informáticos como SPSS. Todo lo que mencionamos se sintetiza en la gran accesibilidad que presenta este tipo de diseño metodológico, que con muy pocos recursos técnicos y permite el desenvolvimiento de un amplio y riguroso análisis. Asimismo, por las razones expuestas, la capacitación al equipo puede realizarse sin dificultades y en tiempos reducidos, acordes a los que se manejan en proyectos de investigación en períodos bianuales, como el presente.

En parte, y en lo referido a los corpus extraídos de mensajes emitidos en las redes sociales, podemos explicar lo expuesto por características intrínsecas a las mismas. Siguiendo a Piscitelli (2010), sostenemos que en el ámbito digital “todo producto y servicio tiene una arquitectura o un diseño que determina cuáles son sus partes y cómo éstas deben interactuar entre sí” (p. 6). Es decir que podemos identificar una arquitectura que define a cada red social tal como la conocemos, y por ende podemos establecer en la misma puntos en conexión que diferentes redes pueden compartir, como la función “historias” que comparten redes sociales diferentes como Facebook, Instagram o Spnchat.

Esta arquitectura le ofrece a cada usuario un significativo, aunque finito, estandarizado y excluyente conjunto de opciones comunicacionales predefinidas en número, extensión y especie. Debe elegir una o un conjunto de ellas para expresarse.

La arquitectura se representa superficialmente en una interfaz, que es la “pagina” que todos los usuarios conocemos al entrar a cada red social. Detrás de esta amigable e intuitiva interfaz encontramos el “corazón” del sistema social, un opaco enjambre de algoritmos informáticos que guardan una infinidad de información sobre cada uno de nosotros, y que es susceptible de descomponerse hasta su unidad básica: el código.

Como afirma Lessig (2006), “la arquitectura, está definida por el “código”, es decir “las instrucciones inscritas en el software o en el hardware que hacen del ciberespacio lo que es. Este código es el ‘entorno construido’ de la vida social en el ciberespacio, su ‘arquitectura”” (p. 203).

Son justamente los elementos comunes y homogéneos, a los que todos los usuarios de Facebook acceden, los que deberían considerarse en primer término para la investigación social, en el sentido que es plausible de comparar los niveles de utilización de cada elemento en diferentes usuarios.

Pero, por otra parte, esta estructura arquitectónica -que nos permite realizar estudios comparativos válidos-, también nos invita a reflexionar sobre el matiz totalitario que encierran Internet. Podemos pensar a las arquitecturas de comunicación de cada red, como un elemento regulatorio que delimita que está permitido hacer y que no. Y en este aspecto, marcamos como vital la importancia entre la arquitectura y la comunicación que ésta hace posible. Ya que en definitiva, quienes deciden sobre cómo será esa comunicación, son los programadores de las redes, que configuran, como sostiene Castells “la forma suprema de poder” (2009, p. 141) en nuestra sociedad. Esta toma de decisión, sobre el devenir de la comunicación humana, es definitivamente política.

Por todo lo expuesto, seguiremos apostando a desarrollar investigaciones que interpelen críticamente la actividad social en Internet -muchas veces materializada en procesos opacos y lejos del control y conocimiento de los usuarios-, partiendo de un conocimiento profundo sobre los mecanismos que funcionan en la arquitectura de los espacios digitales, para poder así avanzar en instrumentos y diseños metodológicos que sean cada vez más efectivos para su comprensión y análisis.

Bibliografía

- Achache, G. (1998) "El marketing político". En: Ferry, J.; Wolton, D. et. al. (1998). El nuevo espacio público (pp. 112-121). Barcelona: Gedisa.
- Álvarez Tejeiro, C., Farré, M. & Fernández Pedemonte, D. (2002). Medios de comunicación y protesta social. Buenos Aires: La Crujía.
- Aruguete, N. (2015). El poder de la agenda: política, medios y público. Buenos Aires: Biblos.
- Barberis, O. y Rodríguez, M. (comp.) (2014). Política y Opinión en la Encrucijada. Villa María: EDUVIM.
- Bardin, L. (1996). Analisis de contenido. Akal. Madrid:Akal. 2ª.a.e.
- Boyd, D. & Ellison, NB (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. En Journal of Computer-Mediated Communication, 13 (1), 11.
- Calveiro, P. (2006). "Los usos políticos de la memoria". En: Caetano, G. (comp.) Sujetos sociales y nuevas formas de protesta en la historia reciente de América Latina. Buenos Aires: CLACSO.
- Castells, M. (1996). La era de la información. Economía, sociedad y cultura. Vol. 1 México: Siglo XXI.
- Castells, M. (2009). Comunicación y Poder. Madrid: Alianza Editorial.
- Castells, M., (2009). Comunicación y poder. Madrid: Alianza Editorial.
- Cea D'ancona, M. A. (1999). Metodología cuantitativa: estrategias y técnicas de investigación social. Madrid, España: Síntesis.
- De Moraes, D., Ramonet, I., Serrano, P. (2013). Medios, Poder y Contrapoder. Buenos Aires: Biblos.
- Fernández, C.B. (2008). Ciberpolítica : ¿cómo usamos las tecnologías digitales en la política latinoamericana?. Buenos Aires: Konrad Adenauer Stiftung.
- Ferré Pavia, C. (2014). El uso de las redes sociales: ciudadanía, política y comunicación. La investigación en España y Brasil. Barcelona: Institut de la Comunicació, Universitat Autònoma de Barcelona.
- Ford, A. (1999) La marca de la bestia. Identificación, desigualdades e infoentretenimiento en la sociedad contemporánea. Buenos Aires: Norma.
- Foucault, M. (2007). El nacimiento de la biopolítica. Curso en el Collège de France: 1978-1979. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Gómez, R (2015) "Políticas públicas de comunicación de masas, ciudadanía y conflicto social en las sociedades capitalistas latinoamericanas. Un análisis del estado de la cuestión". En Saintout, F & Varela, A: Voces abiertas de América Latina. Comunicación, política y ciudadanía. La Plata: Ediciones de Periodismo y Comunicación.
- Krippendorff, K. (1990). Metodología de análisis de contenido, teoría y práctica (No. 001.42 K71).
- Lessig, L. (2009). El Código 2.0. Madrid: Traficantes de Sueños.
- López, G. y Ciuffoli, C. (2012). Facebook es el mensaje: oralidad, escritura y después. Buenos Aires, Argentina: La Crujía Ediciones – Serie futuribles.
- Lopez-Ghio, R., Riorda, M., Straface, F. y Valenti, P. (2015). El gobernauta latinoamericano: Estudio del perfil de los gobernantes latinoamericanos en redes sociales. Banco Interamericano de Desarrollo. doi: 10.18235/0000012
- Martínez Pandiani, G. (2004). Marketing político. Campañas, medios y estrategias electorales. Buenos Aires: Ugerman Editor.
- Menéndez, M. (2009). Política y medios en la era de la información. Buenos Aires: La Crujía.

- O'Donnell, G. (2010). Democracia, agencia y estado. Una teoría con intención comparativa. Buenos Aires: Prometeo libros.
- Piscitelli, A. (2010). Edupunk, maestros ignorantes, educación invisible y el Proyecto Facebook. En A. Piscitelli, I. Adaime e I. Binder (Comps.), El proyecto Facebook y la posuniversidad. Madrid: Ariel, 2010. 3-20.
- Ramonet, I. (2011). La explosión del periodismo. Internet pone en jaque a los medios tradicionales. Buenos Aires: Capital Intelectual.
- Riorda, M. y Valenti, P. (Coord.). (2015). Gobernautas y ciudadanos. Los gobernantes latinoamericanos y la gestión de redes sociales. Banco Interamericano de Desarrollo. Recuperado al 04/02/2017 den http://gobernauta.org/gobernautas_y_ciudadanos_completo.pdf
- Rodríguez, M. (2013). "Partidos políticos y redes sociales en Argentina". En: Diálogo Político, 1/2103 (73-99). Montevideo: Fundación Konrad Adenauer.
- Rodríguez, M. (2015). "La fuerza de las redes. Análisis de la actuación de Cristina Kirchner en facebook y twitter en la campaña electoral 2011". Red Nacional de Investigadores en Comunicación (ed.). Memorias del XVIII Jornadas Nacionales de Investigadores en Comunicación. Área Transdepartamental de Crítica de Artes (IUNA). Buenos Aires, 9, 10 y 11 de octubre de 2014. N° 18. ISSN: 1852-0308. En Internet: <http://redcomunicacion.org/la-fuerza-de-las-redes-analisis-de-la-actuacion-de-cristina-kirchner-en-facebook-y-twitter-en-la-campana-electoral-2011/>
- Rodríguez, M. y Theiler, E. (2016a). "Construcción de la realidad social desde la participación ciudadana en entornos virtuales y desde los discursos mediáticos". En: RAIGAL. Revista Interdisciplinaria de Ciencias Sociales N° 2, abril - septiembre 2016 (Sección Comunicaciones y Notas, pp. 143-150) e-ISSN 2469-1216. Villa María: IAPCS, UNVM. Enlace: <http://raigal.unvm.edu.ar/ojs/index.php/raigal/article/view/19/56>
- Rodríguez, M., Barrera Calderón, E. y Vázquez, J. (2016). "Construcción de realidad mediática y entornos virtuales". En: Barberis, O.; Rodríguez, M. y Barrera Calderón, E. (Eds.) (2016). Estudios de comunicación política y campañas electorales. Vol. 1. Saarbrücken: Editorial Académica Española.
- Rodríguez, Malvina y Theiler, Elizabeth (2016b). "La realidad sociodigitalizada. Participación ciudadana, redes sociales y medios masivos de comunicación en Córdoba, Argentina" (pp. 325-332). En: Memorias del XIII Congreso de la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (ALAIIC), "Sociedad del conocimiento y comunicación: reflexiones críticas desde América Latina". Grupo Temático 19: Comunicación digital, redes y procesos. México. ISSN 2179-7617. Enlace: <http://alaic2016.cua.uam.mx/documentos/memorias/GT19.pdf>
- Trivinho, E. (2006, diciembre). A condição transpolítica da cibercultura. FAMECOS, N°31, pp. 91-101.
- Van Dijk, J. (2016). La cultura de la conectividad. Una historia crítica de las redes sociales. Buenos Aires: Siglo XXI Editores.
- Vasilachis, I. (1997). Discurso político y prensa escrita. La construcción de representaciones sociales. Barcelona: Gedisa.
- We Are Social. (2015). Digital, social and mobile in 2015. Recuperado al 26/04/2017 de <https://es.slideshare.net/wearesocialsg/digital-social-mobile-in-2015>
- We Are Social. (2016). Digital in 2016 - Yearbook. Recuperado al 26/04/2017 de <https://es.slideshare.net/wearesocialsg/2016-digital-yearbook>
- We Are Social. (2017). Digital in 2017 - Yearbook. Recuperado al 26/04/2017 de <https://wearesocial.com/uk/special-reports/2017-digital-yearbook>