Mayo 2020

Guía de métodos de investigación aplicados al entorno digital

Javier Díaz-Noci

Universitat Pompeu Fabra

javier.diaz@upf.edu

ORCID: 0000-0001-9559-4283

DOI: 10.31009/methodos.2020.i01.02

Díaz-Noci, J. (2020). Guía de métodos de investigación aplicados al entorno digital. Una guía. En: Lopezosa, C.; Díaz-Noci, J.; Codina, L. (ed.). *Anuario de Métodos de Investigación en Comunicación Social*, n.1 (p.04-19). Barcelona: DigiDoc-Universitat Pompeu Fabra

Esta obra está bajo una Licencia
Creative Commons Atribución
4.0 Internacional.

Guía de métodos de investigación aplicados al entorno digital

JAVIER DÍAZ-NOCI

Universitat Pompeu Fabra

javier.diaz@upf.edu

ORCID: 0000-0001-9559-4283

RESUMEN

En este capítulo examinaremos las diferentes metodologías y técnicas de investigación, especialmente las de tipo cualitativo, que pueden aplicarse a un entorno digital (y digitalizado, si tenemos en cuenta que buena parte de las fuentes históricas se han digitalizado y o están en trance de hacerlo). En concreto, examinaremos la aplicación y adaptación de los métodos etnográficos (observación, entrevistas, historias de vida), del análisis de contenido y, desde un punto de vista historiográfico, la aplicación de modernas corrientes metodológicas como la prosopografía y la career research. Igualmente, dedicaremos un apartado a la naturaleza del documento digital (y digitalizado), a la preservación de documentos digitales (y digitalizados) y a la formación y tratamiento de corpora digitales mediante el diseño de bases de datos y la aplicación de programas CAQDAS.

PALABRAS CLAVE

Métodos de investigación cualitativa. Etnografía. Análisis de contenido. Preservación digital. Historiografía.

Research guide of methods applied to the digital environment

Guia de mètodes de recerca aplicats a l'entorn digital

ABSTRACT

In this chapter we will examine the different methods and research techniques, specially those of qualitative nature, which can be applied to a digital environment (and to digitalized research objects, since many historical sources have been digitized or about to be digitized). Specifically, we will examine the application and adaptation of ethnographic methods (observation, interviews, life histories), of content analysis and, from a historiographical point of view, of modern research currents such as prosopography and career research. We will devote some room to examine the nature of the digital, and digitized, document, to digital preservation, and to the building of digital corpora to be analyzed designing databases and applying CAQDAS software.

KEYWORDS

Qualitative research methods. Ethnography. Content analysis. Digital preservation.

RESUM

En aquest capítol examinarem les diferents metodologies i tècniques de recerca, especialment les de caire qualitatiu, que poden aplicar-se a l'entorn digital (i digitalitzat, si tenim en compte que bona part de les fonts històriques s'han digitalitzat o estan digitalitzant-se). Concretament, examinarem l'aplicació i adaptació dels mètodes etnogràfics (observació, entrevistes, històries de vida), de l'anàlisi de contingut i, des d'un punt de vista historiogràfic, l'aplicació de modernes corrents metodològiques com la prosopografia i la career research. Igualment, dedicarem un apartat a la naturalesa del document digital (i digitalitzat), a la preservació de documents digitals (i digitalitzats) i a la formació i tractament de corpora digitals mitjançant el disseny de bases de dades i l'aplicació de programari CAQDAS.

PARAULES CLAU

Mètodes de recerca qualitatiu. Etnografia. Anàlisi de contingut. Preservació digital. Historiografia.

DOI: 10.31009/methodos.2020.i01.02

Propuesta de citación:

Díaz-Noci, J. (2020). Guía de métodos de investigación aplicados al entorno digital. Una guía. En: Lopezosa, C.; Díaz-Noci, J.; Codina, L. (ed.). Anuario de Métodos de Investigación en Comunicación Social, n.1 (p.04-19). Barcelona: DigiDoc-Universitat Pompeu Fabra

Introducción

Las páginas que siguen pretenden ser una guía, una introducción y una invitación, a conocer algunos de los métodos y tendencias en la investigación en medios y comunicación digital, y más concretamente, al ser su autor profesor de Periodismo (pero también, en el posgrado, de métodos de investigación cualitativos y de análisis de contenido), de esta rama comunicativa. En realidad, como se verá, el acento lo pondremos en la metodología y técnicas de análisis, en su aplicación y sus particularidades, pensando siempre en el o la estudiante que se inicia en la investigación académica y se encuentra con que sabe qué quiere hacer, es decir, cuál es su objeto de estudio (la comunicación digital) pero ha de familiarizarse con una serie de técnicas de investigación muy específicas.

Para empezar, ¿qué es la investigación académica? Lo dijo en su día el doctor Santiago Ramón y Cajal, premio Nobel español, quien en su obra *Reglas y consejos sobre investigación científica*, de 1897:

Las principales fuentes de conocimiento son la observación, la experimentación y el razonamiento inductivo y deductivo.

Definitivamente abandonamos los principios apriorísticos, la intuición, la inspiración y el dogmatismo.

Nos reducimos modestamente a: observar, describir, comparar, clasificar.

Para llegar al conocimiento de sus condiciones determinantes y a sus leyes empíricas.

Estas técnicas deben responder, en todo momento, a un diseño investigador, que vaya paso a paso, como es habitual en el ámbito investigador: definición del tema y del problema de investigación, delimitación del objeto de estudio, definición del marco teórico, formulación de los objetivos, preguntas de investigación y, si fuese necesario y siempre que existan variables mensurables o interpretables que puedan relacionarse entre sí mediante determinado tipo de relaciones, por ejemplo causa-efecto, hipótesis, fuentes a trabajar, y finalmente y en función de todo eso, elección de los métodos y técnicas a aplicar para la resolución de problemas, preguntas e hipótesis y diseño de las herramientas concretas que en función de esa metodología se aplicarán. Lo sintetizamos en este cuadro (Figura 1).

Todo ese diseño previo lo sintetizamos en forma de lista. Recomendamos ir paso a paso, de forma ordenada, sin saltarse ninguno de ellos (Tabla1).

Por lo que respecta a la comunicación y los medios digitales, y sobre todo al periodismo: el periodismo es una institución social, y por tanto le son de aplicación los métodos y técnicas de investigación de las

Figura 1. Diseño de una investigación. Fuente: elaboración propia.

ciencias sociales, normalmente y hasta ahora en un sistema articulado por los medios de comunicación, ahora complementados, en el entorno digital, por otros agentes, en lo que A. Chadwick ha denominado el Sistema Híbrido de Medios: usuarios activos, redes sociales digitales, fuentes informativas, plataformas digitales de distribución, etc. Esos agentes, básicamente, fabrican, distribuyen y consumen discursos, del tipo que sean, que ahora son de tipo digital y no analógico. Así, la comunicación, también la digital, es una construcción social, sometida a valores, culturas, a una actividad de (re)producción de la realidad, en constante adaptación, transformación, innovación, ya no necesariamente lineal, donde se concede un papel predominante, al menos ese el discurso dominante, a la interactividad, con estructuras multimodales y modulares. Por lo que respeta al papel del periodismo en ese nuevo escenario, vamos a recomendar algunas referencias:

Es importante, por otro lado, que nuestro diseño investigador esté respaldado por algún tipo de teoría o de paradigma interpretativo. Como dice John H. Creswell,

[Theory] is used as a broad explanation for behavior and attitudes, and it may be complete with variables, constructs, and hypotheses. Researchers increasingly use a theoretical lens or perspective in qualitative research, and advocacy perspective that shapes the types of questions asked, informs how data are collected and analyzed, and provides a call for action or change (Creswell, J. H. Research design. Qualitative, Quantitative and Mixed Methods Approaches. Los Angeles etc.: Sage, 2009).

Nosotros recomendamos tres posibles aproximaciones de este tipo: la teoría fundamentada, la Action-Network Research y los *mixed methods*. La primera, siguiendo a Creswell, op. cit., consiste en una serie de métodos “suitable for studying individual processes,

Presentation and Justification
<ul style="list-style-type: none"> • Topic. <ul style="list-style-type: none"> – How you came to it? • Interest <ul style="list-style-type: none"> – Personal – For the Scholarly Community (link to the State of the Art) • Justify the approach to the topic based on references, trends, etc.
State of the Art
<ul style="list-style-type: none"> • Relevant bibliography <ul style="list-style-type: none"> – On the topic (general and specific) – On the methods – On other aspects: • Historical • Universe and Samples • Case Study. • Remember to justify it all and link to the topic and approach
Goals
<ul style="list-style-type: none"> • The problem is the core part of the research design, especially from an Anglo-Saxon, empirical, data-driven research approach. • Concepts: It is extremely important to define them using bibliography, not to invent them. • Hypothesis are few, hierarchized, linked to dependent-independent variables that can be <ul style="list-style-type: none"> – Isolated, define, delimited – Measured • Please remember the type of hypothesis before writing them, and link to the approach and to the goals of your research.
Research Problem and Hypothesis
<ul style="list-style-type: none"> • The problem is the core part of the research design, especially from an Anglo-Saxon, empirical, data-driven research approach. • Concepts: It is extremely important to define them using bibliography, not to invent them. • Hypothesis are few, hierarchized, linked to dependent-independent variables that can be <ul style="list-style-type: none"> – Isolated, define, delimited – Measured • Please remember the type of hypothesis before writing them, and link to the approach and to the goals of your research.
Methodology and Techniques
<ul style="list-style-type: none"> • Methodology (qualitative, quantitative, mixed) • Justification. • Techniques: <ul style="list-style-type: none"> – Please mention concrete techniques, be as specific as possible.

Tabla 1: Pasos para diseñar una investigación. Fuente: Elaboración propia.

interpersonal relations and the reciprocal effects between individuals and larger social processes”. Su objetivo es generar teorías inductivas aplicadas a un objeto de estudio concreto, se basa en la recogida sistemática de datos, a la vez que se produce un análisis de los mismos, mediante un diseño iterativo y una recogida de muestras hasta llegar a un momento de saturación teórica, en que ya no son productivos, que son analizados en base a categorías de análisis previamente definidas que se van ajustando durante el proceso investigador hasta llegar a discernir cuáles son las centrales.

Por su parte, la *Action-Network Research* “leads to better research because the practical and theoretical outcomes of the research process are grounded in the perspective and interests of those immediately concerned, and not filtered through an outside researcher’s preconceptions and interests” (Reason y Bradbury, 2001: 4). Es colaborativa, se basa en considerar los intereses de la comunidad que se estudia, por tanto los participantes ayudan en el diseño de la propia investigación para producir conocimiento práctica. De alguna manera, se dice que democratiza el proceso de investigación, y sitúa el énfasis en la toma de decisiones.

Por último, una aproximación *mixed methods* emplea métodos cuantitativos y cualitativos para resolver los diferentes objetivos, preguntas e hipótesis planteados en la investigación, y es especialmente útil para dar respuesta a preguntas y problemas de investigación complejos.

- Wahl-Jorgensen, Karin & Thomas Hanitzsch. *Handbook of Journalism Studies*. New York: Routledge, 2009.
- Heinrich, Ansgard. *Network Journalism. Journalistic Practice in Interactive Spheres*. New York; London: Routledge, 2010.
- Ornebring, Henrik. *Comparative European Journalism: The State of Current Research*. Oxford: Reuters Institute, 2009.

Siguiendo a Lingard *et al.*, reproducimos un esquema que puede resultar útil a la hora de decidirse por una u otra aproximación (figura 2).

Para empezar, es importante llevar a cabo, como hemos visto antes, una **descripción** detallada del problema de investigación, y del resto de partes del diseño. A continuación, debe indicarse cómo se llevará a cabo la **construcción del corpus**, o conjunto de elementos que analizaremos (páginas web, noticias digitales, entrevistas, datos numéricos), que es lo que denomina relevancia. Y, finalmente, y es de lo que nos ocuparemos en las siguientes páginas, la ejecución del proyecto investigador debe hacerse con **indicación de los métodos** empleados para resolver el problema o problemas de la investigación, es decir, mediante la

Box 4 Key elements to look for in research papers

Grounded theory

- Does the research question indicate that a theory is needed?
- Is the study designed to support iterative data collection and analysis in a context of theoretical sampling?
- Does the discussion explain how the theory responds to the original research question?

Mixed methods

- Is the research question appropriate for mixed methods or would a single method suffice?
- Is the relation among the methods clear in terms of their sequence, priority, and integration?
- Does the discussion relate the findings to a complex understanding of a multifaceted phenomenon?

Action research

- Does the research question arise from a situated problem that is best understood through a collaborative research partnership?
- Are the research agenda and activities shared by researchers and partners?
- Do the results meet the partners’ needs in a collaborative and equitable manner? Is the identified problem acted on in a substantive way?

Figura 2. Cómo decidir el paradigma o teoría interpretativa. Fuente: Lingard *et al.*

transparencia.

Y, finalmente, toda nuestra actividad investigadora debe estar conducida por cuatro indicadores de calidad, tanto si el diseño investigador se basa en los

Quantitative Research	Qualitative Research
Internal validity	Credibility
External validity	Transferability
Reliability	Dependability
Objectivity	Conformability

Tabla 2. Indicadores de calidad en el diseño investigador. Fuente: Elaboración propia.

métodos cuantitativos como en los cualitativos, como se muestra en esta tabla:

La **credibilidad** se refiere a que enfrentaremos nuestro diseño investigador mediante la observación consistente, la triangulación de métodos y el control de todas las operaciones, tanto en la recogida como en el análisis de los datos.

La **transferibilidad** es el segundo de esos cuatro

- Domingo, D.; Masip, P.; Costera, I. Tracing Digital News Networks. Towards an integrated framework of the dynamics of news production, circulation and use. *Digital Journalism*, 3(1), 53-67. DOI: 10.1080/21670811.2014.927996
- Jones, M.; Alony, I. *Guiding the Use of Grounded Theory in Doctoral Studies – An Example from the Australian Film Industry*.

indicadores, y se refiere, por ejemplo, a que el diseño investigador debe proponer un sistema de definición del universo, estudio de caso o muestra, si es necesario e indicando las razones, para proponer una descripción profunda del objeto de estudio.

La **fiabilidad** del estudio depende, en buena medida,

de que existan mecanismos que permitan examinar todo el proceso.

La **conformabilidad** quiere decir que los métodos se discutirán y evaluarán y los resultados podrán ser comparados con otros estudios similares.

Recomendamos un par de artículos donde pueden apreciarse claramente lo que hemos explicado en este epígrafe.

Y, empleando un par de artículos sobre comunicación digital, os señalamos dónde y cómo se sitúan algunos de los elementos que os hemos explicado hasta este punto, de manera que dispongáis de un par de modelos claros.

Ejemplo 1

Changing Deliberative Norms on News Organizations' Facebook Sites

Natalie (Talia) Jomini Stroud
Department of Communication Studies, University of Texas, 2504A Whitis Ave. (A1105), Austin, TX 78712-0115

Joshua M. Scacco
Brian Lamb School of Communication, Purdue University, 100 N. University St., Beering Hall 2154, West Lafayette, IN 47907-2098

Ashley Muddiman
Department of Communication and Journalism, University of Wyoming, Ross Hall, 1000 E. University Ave., Dept. 3904, Laramie, WY 82071

Alexander L. Curry
Department of Communication Studies, University of Texas, 2504A Whitis Ave. (A1105), Austin, TX 78712-0115

Comments posted to news sites do not always live up to the ideals of deliberative theorists. Drawing from theories about deliberation and group norms, this study investigates whether news organizations can affect comment section norms by engaging directly with commenters. We conducted a field study with a local television station in a top-50 Designated Market Area. For 70 political posts posted on different days, we randomized whether an unidentified staff member from the station, a recognizable political reporter, or no one engaged with commenters. We assessed if these changes affected whether the comments (n = 2,403) were civil, were relevant, contained genuine questions, and provided evidence. The findings indicate that a news organization can affect the deliberative behavior of commenters.

Topic and problem

↓

This study investigates one means by which a news outlet could influence a comment section: interacting with commenters to change comment section norms. Norms are cultural products, such as values, customs, and traditions (Sherif, 1936). The influence of norms on behavior has been widely documented (e.g., Cialdini, 2003; Sherif, 1936). Online, we know that behavioral norms exist (e.g., Postmes, Spears, & Lea, 1998) and can be affected by what others post (Sukumaran, Vezich, McHugh, & Nass, 2011). Drawing from research on norms, we conducted a study to evaluate whether having a news organization or journalist interact with commenters on their social media site changes the deliberative qualities of the comments. The results of our quasi-experiment show that having a journalist engage with commenters changed the tone of the comments, making the space more deliberative.

Definition of concepts

This study investigates one means by which a news outlet could influence a comment section: interacting with commenters to change comment section norms. Norms are cultural products, such as values, customs, and traditions (Sherif, 1936). The influence of norms on behavior has been widely documented (e.g., Cialdini, 2003; Sherif, 1936). Online, we know that behavioral norms exist (e.g., Postmes, Spears, & Lea, 1998) and can be affected by what others post (Sukumaran, Vezich, McHugh, & Nass, 2011). Drawing from research on norms, we conducted a study to evaluate whether having a news organization or journalist interact with commenters on their social media site changes the deliberative qualities of the comments. The results of our quasi-experiment show that having a journalist engage with commenters changed the tone of the comments, making the space more deliberative.

State of the art

This study investigates one means by which a news outlet could influence a comment section: interacting with commenters to change comment section norms. Norms are cultural products, such as values, customs, and traditions (Sherif, 1936). The influence of norms on behavior has been widely documented (e.g., Cialdini, 2003; Sherif, 1936). Online, we know that behavioral norms exist (e.g., Postmes, Spears, & Lea, 1998) and can be affected by what others post (Sukumaran, Vezich, McHugh, & Nass, 2011). Drawing from research on norms, we conducted a study to evaluate whether having a news organization or journalist interact with commenters on their social media site changes the deliberative qualities of the comments. The results of our quasi-experiment show that having a journalist engage with commenters changed the tone of the comments, making the space more deliberative.

This study investigates one means by which a news outlet could influence a comment section: interacting with commenters to change comment section norms. Norms are cultural products, such as values, customs, and traditions (Sherif, 1936). The influence of norms on behavior has been widely documented (e.g., Cialdini, 2003; Sherif, 1936). Online, we know that behavioral norms exist (e.g., Postmes, Spears, & Lea, 1998) and can be affected by what others post (Sukumaran, Vezich, McHugh, & Nass, 2011). Drawing from research on norms, we conducted a study to evaluate whether having a news organization or journalist interact with commenters on their social media site changes the deliberative qualities of the comments. The results of our quasi-experiment show that having a journalist engage with commenters changed the tone of the comments, making the space more deliberative.

Research Methods and Techniques

Why this study?

Which is the authors' contribution?

Cultivating Deliberative Norms via News Organization Involvement

Deliberation is a frequently referenced normative ideal for online citizen engagement (Halpern & Gibbs, 2013; Ruiz et al., 2011; Stromer-Galley, 2007). Various definitions of deliberation exist, yet many share the basic idea that deliberation involves people exchanging views on a matter of public importance in a respectful manner, reasoning through their claims, and listening to the perspectives of others (e.g., Price, 1992). Participation in deliberative forums has been shown to increase knowledge, create stronger links between knowledge and attitudes, and increase familiarity with different views (Cappella, Price, & Nir, 2002; Fishkin & Luskin, 2005). Although deliberation can have important democratic benefits, news commenters do not always abide by norms of civility and deliberative discourse (Freelon, in press). This study aims to find out whether deliberative norms – as indicated by the presence of civility, relevance, genuine questions, and evidence (Halpern & Gibbs, 2013; Papacharissi, 2004; Ruiz et al., 2011; Stromer-Galley, 2007) – can be encouraged in news organizations' comment spaces.

Few studies have analyzed news organization engagement with site contributors directly, although related work suggests that newsroom involvement can have desirable outcomes. Wise, Hamman, and Thorson (2006), for instance, created two versions of a mock site that were identical except that one site

Post Characteristics and Deliberative Norms

In addition to analyzing the effects of journalistic engagement, other factors may influence the degree of deliberativeness in the comment section. Research based on the SIDE model showcases that the CMC context can influence the extent to which people follow group norms. The topic under discussion, for instance, can affect people's behaviors (Lea, Spears, & Watt, 2007; Spears & Lea, 2011). We consider two factors: the presence of a conversational prompt, such as a question posed of commenters, and the topic of the post.

Prompts that ask commenters a question, or otherwise guide the trajectory of the comments, may affect the comments that people leave (Hermida & Thurman, 2008). We examine two different ways in which a newsroom can direct the comment section conversation: (1) Posing a closed-ended question prior to the comments, or (2) Inviting people to leave comments without a question (e.g. "Tell us your thoughts."), which we call a discussion starter.¹ Previous literature has not explored the effects of these techniques in affecting comment section discussion, hence we pose the following research question:

RQ1: Do the deliberative qualities of the comments vary based on the presence of conversation prompts (e.g. closed-ended questions and discussion starters)?

We also examine whether the tone of comments varies based on the news topic, as suggested in recent research (Coe et al., 2014; Halpern & Gibbs, 2013). Halpern and Gibbs (2013), for instance, unexpectedly found more deliberative comments left on the White House Facebook page and YouTube channel for sensitive topics, like gay marriage, than for less emotionally-charged subjects. Coe et al. (2014) found more incivility in comments associated with hard, as opposed to soft, news articles. Although both previous studies find variability by topic, their samples differ from our emphasis on comments left in response to political posts on a news organization's Facebook page. Without strong theoretical guidance on which topics should affect the tone of the comments, we asked the following question:

RQ2: Do the deliberative qualities of the comments vary based on the topic of the post?

Research Questions

Ejemplo 2

What Creates Interactivity in Online News Discussions? An Exploratory Analysis of Discussion Factors in User Comments on News Items

Marc Ziegele, Timo Breiner, & Oliver Quiring

Department of Communication, Johannes Gutenberg University of Mainz, 55128 Mainz, Germany

While the social, political, and journalistic relevance of user comments on online news items has been discussed intensively, no study has tried to examine why some online news discussions are more interactive than others. Based on the rationale of news value theory, this study argues that so-called discussion factors in user comments indicate general relevance to later users to respond to them. Qualitative interviews with users who comment on news stories online and a quantitative content analysis of 1,580 user comments showed that the discussion factors uncertainty, controversy, comprehensibility, negativity, and personalization can explain interactivity in news discussions. Further, different technological implementations of the comment function seem to have a limited influence on the effects of these discussion factors.

Keywords: Online News Discussions, User-generated Content, User Comments, Interactivity, Discussion Factors, Discourse Architecture.

How to focus on the topic, the main concepts and methods

Literature review: Focusing on the problem

Owing to their large reach and their potential effects on the audiences' perceptions of online news, it is important to explore the dynamics of user comments (e.g., Anderson, Brossard, Scheufele, Xenos, & Ladwig, 2013; Diakopoulos & Naaman, 2011; Lee & Jang, 2010; Reich, 2011; Ruiz et al., 2011; Singer, 2009; Weber, 2013). For example, various characteristics of news articles have been found to affect the total number of comments posted (Weber, 2013). Studies have also reported that between 20 and 50% of the comments analyzed contain responses to the comments posted by other users (e.g., Ruiz et al., 2011; Singer, 2009). Such user-to-user interactions have been theorized as desirable from both a journalistic and a deliberation perspective because they could contribute to shaping a democratically valuable and vivid interpersonal discourse on topics of public interest (Boczkowski & Mitchelstein, 2012; Freelon, 2010; Ruiz et al., 2011).

However, little is known about why users respond to the comments of other users. Research on the effects of user comments has primarily analyzed cognitive responses of users who are exposed to other users' comments (e.g., Anderson et al., 2013; Lee & Jang, 2010).¹ Moreover, studies analyzing posting behavior have largely neglected the influence of previous comments (e.g., Boczkowski & Mitchelstein, 2012; Weber, 2013). Hence, our exploratory investigation aims at identifying so-called *discussion factors* in user comments that help to explain why certain comments receive response comments (i.e., feedback²) from other users. As a theoretical starting point, we use news value theory, which states that journalists and media users select news items depending on news factors such as controversy, negativity, and personalization (Eilders, 2006; Galtung & Ruge, 1965). We assume that users reading comments behave similarly and respond in particular to comments that include specific discussion factors. Such user comments are more likely to receive response comments than comments that do

Introducing
the key
concept

Goal

Study 2

Method and
techniques

The aim of the content analysis of Study 2 was to analyze which of the discussion factors identified in Study 1 determine whether a user comment receives response comments (i.e., feedback) from other users (RQ3).

Research
Question

Additionally, we aimed at providing preliminary insights into the interplatform validity of the discussion factors. In particular, the results from our qualitative study suggested that some users respond to aggressive and controversial comments only on platforms that grant anonymity. Likewise, previous research has shown that anonymity can be linked to a more unconcerned or uninhibited opinion expression behavior (e.g., Suler, 2004; Yun & Park, 2011). On the basis of these findings, we hypothesized that aggressive and controversial comments would be more likely to receive response comments on platforms that allow anonymous or pseudonymous commenting than on platforms that require real-name registration (H1).

Hypothesis

Furthermore, the respondents of our qualitative study had emphasized that the visibility of comments affects their response behavior: Comments appearing late in a discussion were likely to be overlooked on platforms where comments are sorted chronologically. In keeping with this, for traditional news items too, formal message components, such as its position, have also repeatedly been found to guide readers' selection behavior and the amount of importance they assign to them (cf. Eilders, 2006). Based on these findings, we hypothesized that comments that appear late in a discussion would be more likely to receive responses on platforms where comments are sorted in reverse chronological order than on platforms where comments are sorted in chronological order (H2).

To answer the research question and determine the validity of the two hypotheses,

Limitations

The current study can be seen as a first exploratory step into the concept of discussion factors. As such, it contains several limitations that should be addressed in future research: First of all, we cannot be sure that the list of factors we derived is complete. Additional factors guiding individual user behavior might not have been captured with the method of qualitative interviews. Second, we considered only a very simple indicator (topic) of the original news characteristics to control the influence of the news items on the discussion structures. Earlier research has shown that different news items can stimulate different degrees of interactivity (Weber, 2013). Future studies hence should analyze the joint influence of news factors in news items and discussion factors in user comments in more detail. Third, in order to test the robustness of the effects reported, future studies should analyze a bigger

Conclusion

The current study extends the applicability of news value theory to media-stimulated interpersonal communication, shows that discussion factors help to explain why some user discussions on mass media websites are more interactive than others, and ultimately sheds light on their interpersonal nature. Despite the prominently displayed news items (as a specific manifestation of mass communication), some of the processes and contents of traditional interpersonal conversations about news and politics—such as asking questions, provoking others, providing new perspectives, or addressing specific discussants (e.g., Gamson, 1992)—can be effective in stimulating user-to-user interactions in online news discussions, too. Thus, the current study might have provided a rather general catalog of discussion factors that trigger user-to-user interactions and an important component for developing a theory that assesses the discussion value of online news items as a combination of the qualities of news items, published user comments, and discourse architectures.

Métodos cualitativos de investigación aplicados a la comunicación digital

Los métodos cualitativos de investigación, especialmente los etnográficos, son adecuados para investigar determinados aspectos de la comunicación digital siempre que estén controlados con criterios de validez y fiabilidad, y son especialmente indicados cuando se aplican a explicar los comportamientos, actitudes, ideologías, opiniones y estrategias de grupos sociales, preferentemente cuando dichos grupos sociales se pueden delimitar, lo que no siempre es fácil (no es lo mismo la redacción de un medio digital, por ejemplo, que la audiencia de ese medio), con los que generalmente se convive durante un cierto periodo de tiempo suficiente para explicar los aspectos antes mencionados, y levantar testimonio de las razones últimas de su comportamiento frente a determinadas situaciones y sus comportamientos en acontecimientos públicos.

Los métodos cualitativos presentan ventajas e inconvenientes, que sintetizamos en esta tabla (tabla 3).

Sin embargo, el principal problema es el acceso a las fuentes y grupos sociales a estudiar. No siempre es fácil, por ejemplo, ser aceptado por un grupo, o que los responsables de esa organización social faciliten el acceso a la misma en el momento y condiciones que necesitamos para llevar a cabo nuestra investigación. Las siguientes referencias nos ayudarán a entender esta situación:

Beneficios	Debilidades
Permite recoger datos de primera mano	Consume mucho tiempo
Testimonio directo o casi directos	Dificultades en los testimonios (actuación, disimulo de la verdad)
Confianza	Reserva por parte de los informantes
Apropiados para explicar conflictos y evolución	Peligro de generalización (del caso al universo)
Descripción social comprehensiva	Posible sesgo por autoprejuicios

Tabla 3. Beneficios y debilidades de los métodos cualitativos. Fuente: Elaboración propia.

Artículos metodológicos:

- Oller Alonso, M.; Barredo, D. (2013). International Comparative Studies: Towards the Integration of Quantitative and Qualitative Methods. **European Scientific Journal**, 9(17). DOI: <http://dx.doi.org/10.19044/esj.2013.v9n17p%25p>
- Jackson II, R. L.; Drummond, D. K.; Camara, S. (2007). What is Qualitative Research? Qualitative Research Reports in Communication, 8. DOI: <https://doi.org/10.1080/17459430701617879>

Un ejemplo de uso:

- Paulussen, S.; Ugille, P. 2008. User Generated Content in the Newsroom: Professional and Organisational Constraints on Participatory Journalism. *Westminster Papers in Communication and Culture*, 5(2), pp.24–41. DOI: <http://doi.org/10.16997/wpcc.63>

Principales técnicas de la metodología cualitativa

1. La observación

La principal técnica de la metodología cualitativa, y seguramente la más difícil, es la observación, bien se participante, cuando el investigador forma parte del grupo social investigado, o no participante, cuando se trata de una persona externa a dicho grupo.

Sintetizamos en este cuadro los beneficios y debilidades de dicha técnica:

Beneficios	Debilidades
Permite recoger con mayor fidelidad y de forma más directa el punto de vista del observado	Consume mucho tiempo
Permite un testimonio directo de los acontecimientos	Autoprejuicios
Es especialmente apropiada para estudios comparativos	No siempre resulta fácil distinguir hechos e interpretaciones
Técnica especialmente apropiada en fases exploratorias de una investigación	Peligro de generalización del caso al universo.

Tabla 4. Beneficios y debilidades de la observación. Fuente: Elaboración propia.

La observación debe hacerse durante un periodo de tiempo suficiente para obtener los datos necesarios para una correcta interpretación de los fenómenos sociales que estudiamos, y debe hacerse con el conocimiento de los sujetos estudiados, a pesar de los sesgos que ello pueda introducir, y con los permisos correspondientes por parte de quienes estén a cargo de dichas organizaciones, por ejemplo empresas o incluso grupos de discusión digitales.

La observación puede ser de tipo participante, cuando el investigador necesita ser parte de la organización que estudia, o no participante. En la primera modalidad, se recomienda que tanto la organización en sí como los sujetos que la componen sepan que el investigador actúa como tal, y así sea conocido, a pesar de que ello pueda llevar a determinados sesgos y problemas, claramente que haya, quírase o no, una cierta actuación por parte de los sujetos estudiados. Este tipo de aproximación sólo debe practicarse cuando sea necesario: la pertenencia al propio grupo investigado puede, a su vez, provocar otro tipo de sesgos evidentes, sobre todo los prejuicios previos sobre el mismo, positivos o negativos. Vamos a citar

un ejemplo: un investigador de un grupo de hablantes poco numeroso, una lengua maya de Guatemala pongamos por caso, quiere estudiar el comportamiento de los hablantes jóvenes de su idioma cuando emplean la comunicación digital, las redes sociales. Para ello, necesita conocer el idioma, y por tanto ser miembro de la propia comunidad de hablantes. No hay otro remedio, por tanto, que diseñar una observación participante.

En cualquiera de los dos casos, debe planificarse la estancia o estancias, definir el problema o problemas de investigación, el escenario o escenarios donde la observación se llevará a cabo, negociar las condiciones, identificar los informantes principales por sus especiales características, definir las actividades a observar, el tiempo, el espacio, cómo se recogerán (medios técnicos, memos, hojas de registro y criterios de transcripción), y cuáles serán las principales categorías de análisis que se emplearán en la interpretación posterior y que deben guiar el diseño de la investigación.

2. Etnografía virtual y netnografía

Un caso particular de observación aplicada a la comunicación digital es la etnografía virtual y una de sus variantes, la netnografía. Una primera precisión conceptual es la que pone de manifiesto Robert Kozinets, precisamente el adalid de la segunda modalidad:

Online ethnography and digital ethnography are generic terms for doing any sort of ethnographic work using some sort of online or digital method. When you use those terms, it is unclear what you have done in terms of what procedures you used, what the methodology is, such as what ethical guidelines you used for example. The literature base you will cite is also a bit amorphous.
R. Kozinets, <http://kozinets.net/archives/475>

Así, mientras que la etnografía virtual es un término acuñado por Christine Hine, y se refiere más bien a un método en el cual la aplicación de técnicas etnográficas al objeto de estudio digital es sólo un parte del diseño completo de la investigación –en algún momento el investigador se puede encontrar con la necesidad de aplicar también métodos off line–, la netnografía se mantiene en todo momento en el ámbito virtual, tanto en lo que se refiere al objeto de estudio y a los sujetos a investigar como en la propias técnicas que aplica, “including an epistemological background, analytic frameworks, and a consistent and evolving set of guidelines for entree, observation, data analysis, ethics, and so on” (R. Kozinets, <http://kozinets.net/archives/475>).

Así, los métodos de la netnografía incluyen encuestas

en línea (especialmente adecuadas para comunidades virtuales), entrevistas en línea, diarios igualmente a través de internet, análisis de redes sociales, que permiten fijarse en estructuras y patrones de comportamiento en el entorno virtual, y, sobre todo, la observación, que si ha de ser participante puede ser llevada a cabo soslayando problemas como el desplazamiento físico y los costes que comporta.

Por su parte, la etnografía virtual pretende sobre todo concentrarse en la virtualidad del objeto de estudio, y en su relevancia social. Christine Hine aboga en todo momento por entender dichos entornos, especialmente internet, como una cultura y como artefactos culturales, por tanto producidos por determinados grupos sociales que emplean determinadas regularidades, normas y patrones de comportamiento cuya interpretación constituye precisamente el objetivo de un diseño investigador cualitativo. Al contrario de lo que propone Kozinets, Hine ve en la etnografía virtual una oportunidad de interpretar la interacción mediada y hacerlo tanto virtualmente como físicamente, en función de lo que la investigación y el investigador necesite, sin que las fronteras entre lo virtual y lo “real” aparezcan siempre y necesariamente bien definidas, por lo que en ocasiones se define la etnografía virtual como un compromiso intermitente con lo virtual, más que una inmersión a largo plazo. Por tanto, según Hine, lo virtual es necesariamente parcial. Así, el investigador de las comunidades virtuales se fija especialmente en las conexiones, y se adapta con todas sus herramientas metodológicas a las condiciones del objeto de estudio.

Por tanto, cuando nos enfrentamos a un objeto de estudio virtual hay que considerar algunos problemas: la posibilidad de alteración de las condiciones, sobre todo por la posibilidad de cultivar el anonimato y otras variantes como el desarrollo de avatares y personajes, el acceso a las comunidades virtuales, problema que comparte con cualquier otro grupo social que estudiemos, y la recogida y archivo de datos, especialmente de cara a una explotación posterior, por lo que obtener dichos datos y almacenarlos en forma de hoja de cálculo o de base de datos resulta especialmente recomendado. También porque se recomienda considerar la posibilidad de llevar a cabo algún tipo de análisis de contenido con ese material.

En cualquier caso, la etnografía virtual debe contar con estrategias para asegurar una presencia adecuada del investigador, la necesidad de negociar las condiciones con el grupo y las personas observadas, y tener en cuenta que los problemas antes apuntados (reserva y disimulo de las fuentes, confianza, sesgo, actuación) pueden aumentar en entornos donde el anonimato o el enmascaramiento de identidades es mayor.

3. Entrevistas e historias de vida

Sobre todo cuando una observación no puede ser llevada a cabo, por problemas de tiempo, económicos o, sobre todo, limitaciones de acceso al grupo u organización social a investigar, son especialmente apropiadas las entrevistas, estructuradas, semiestructuradas –y por tanto focalizadas– u otro tipo de técnicas similares menos estructuradas, como las historias de vida.

Beneficios	Debilidades
Permite obtener datos holísticos, directamente relacionados con la experiencia de los sujetos entrevistados	Consume mucho tiempo para su realización, transcripción y análisis
Permite una interacción directa con el sujeto investigado, que no es posible en la observación	Dificultad de controlar la veracidad de las respuestas, trabajo adicional de confirmación y contraste de datos
Obtención de datos y explicaciones profundas	
Útil en diversas fases de la investigación, no siempre ni necesariamente como técnicas principal	
Interpretativa	

Tabla 5. Beneficios y debilidades de las entrevistas. Fuente: Elaboración propia.

Las entrevistas pueden diseñarse con un grado mayor o menor de apertura y focalización, desde las muy estructuradas, prácticamente cuestionarios, a las semiestructuradas, las más habituales, que a partir de un cuestionario organizado en secciones y categorías permite una mayor flexibilidad en cuanto al orden de las preguntas, introducción o modificación de las contenidas en el cuestionario previo, etc.

Las entrevistas pueden ser individuales o grupales, si bien se recomienda que se lleven a cabo de forma individual para evitar interacciones no deseadas. Y por su objetivo, relacionado igualmente con las fases y objetivos de la investigación, pueden ser exploratorias, descriptivas, interpretativas, prospectivas o de contraste. Las más habituales, sobre todo cuando se trata de una técnica central del diseño investigador, son las interpretativas.

Como cualquier otra técnica, las entrevistas deben concertarse, negociarse y prepararse. Se recomienda describir de forma previa los objetivos, definir la selección de los informantes, siempre que reúnan determinadas condiciones y características que igualmente deberían definirse de acuerdo a los objetivos de la propia investigación: los mejor informados, los

más accesibles, los más amigables, pero sobre todo los que cumplan determinados perfiles. A continuación, y siempre en función de las categorías de análisis previamente definidas, se agruparán y redactarán las preguntas, para proceder a continuación a estructurar el cuestionario.

Una vez nos hallemos ya en la entrevista, la estructura habitual consiste en una presentación del propio investigados, del propósito de la entrevista dentro del diseño investigador (esto se hará de manera muy sucinta), por qué se ha seleccionado al entrevistado, las condiciones de anonimidad y confidencialidad, el permiso para registrar la entrevista, si procede, el tiempo previsto que durará (generalmente, nunca más de una hora y media, salvo en el caso de las historias de vida), y los temas que se tratarán. Debe invitarse al entrevistado a presentarse también, y a continuación se procede a la entrevista, combinando, según convenga, preguntas focalizadas, que son las más habituales, preguntas para a su vez descubrir otras posibles preguntas y que completarían el cuestionario semiestructurado, preguntas adicionales para profundizar en aspectos que se revelen especialmente interesantes, preguntas contextuales (y que invitan a aportar información complementaria), frente a preguntas centrales, preguntas comparativas, si llega el caso preguntas que puedan provocar reacciones afectivas (especialmente indicadas en las historias de vida), preguntas que intentan relacionar causas y efectos, preguntas indagatorias.

Un tipo especial de técnicas basada en entrevistas son las historias de vida. Se diferencian de las entrevistas focalizadas en que se articulan alrededor de las narraciones de la vida, o pasajes socialmente significativos, de la vida de una persona o de un grupo de personas mediante series de conversaciones, por tanto con una perspectiva longitudinal. Es frecuente que dichas conversaciones tengan lugar en varias sesiones, porque se trata de periodos de tiempo más bien prolongados. Pueden estructurarse como una varias historias (articuladas) de vida, mediante la técnica de historias cruzadas o historias paralelas.

La preparación de una serie de historias de vida incluye la definición del perfil de los informantes, su motivación, el tiempo, lugar, duración y número de entrevistas a realizar, la confección de una guía para plantearlas, no tanto un cuestionario porque se plantearán como conversaciones mínimamente focalizadas, muy abiertas, que buscan no tanto respuestas como instar a una narración por parte del entrevistado. Una vez nos hallemos en plena conversación, se recomienda también una breve introducción y presentación tanto del investigador como de la investigación, e inmediatamente plantear cuestiones que inviten de alguna manera al entrevistado a expresarse libremente, y evitar las preguntas que incluyan las

respuestas y las que simplemente generen respuestas de tipo sí o no. Para ello, pueden ayudar fotografías, documentos, que “disparen” los recuerdos. No hay necesidad de apresurarse. Se recomienda ir de lo general a lo específico. Se recomienda considerar la posibilidad de una gratificación. Y finalmente, concluir la entrevista, si es necesario emplazando a una o varias posteriores. No hay límite de tiempo, pero se recomienda no sobrepasar las dos horas, para evitar el cansancio y la merma en la atención del informante.

Las fortalezas y debilidades de estas técnicas son las siguientes:

Beneficios	Debilidades
Métodos más rápidos que la observación	Diferentes niveles de participación e implicación
Revela datos inesperados	Efecto de grupo
Coste	Diferentes habilidades individuales que afectan a la capacidad de los informantes
Respuestas muy ricas	Dificultad de procesar las respuestas
Especialmente apropiado cuando el objeto de estudio es el discurso social	No tan apropiada cuando el objeto de estudio es diferente y se refiere sobre todo a rutinas de producción y consumo.

Tabla 6. Beneficios y debilidades de las historias de vida.
Fuente: Elaboración propia.

4. Grupos de discusión y focus group

Aunque en ocasiones se diferencia entre ambas técnicas, porque por ejemplo los miembros de un grupo de discusión pueden conocerse previamente y en un *focus groups* eso no debe suceder, por su similitud y por tratarse de ser un documento meramente introductorio las trataremos aquí de forma conjunta.

Una definición general podría ser que se trata de una conversación socializada y focalizada, en que se reúne a un grupo de personas en un lugar determinado preparado al efecto durante un periodo no muy extenso de tiempo y durante una o dos sesiones, rara vez más, para abordar determinadas cuestiones de interés para nuestra investigación, fomentando el diálogo y la interacción, lo que claramente lo diferencia de las entrevistas, para profundizar en aspectos que conciernen a la interrelación social. De alguna manera, estos grupos de discusión pretenden, de manera si se quiere artificial, reproducir a escala determinados grupos sociales, seleccionando varios de sus miembros de forma representativa y productiva. Como toda técnica, presenta fortalezas y debilidades:

Beneficios	Debilidades
Ayuda en la resolución de hipótesis, porque se centra en las variables	Los Buenos informantes, que interactúen correctamente, son escasos
Útil para estudiar comportamientos sociales en contextos de interacción	Es difícil controlar la información
Útil para registrar el cambio social	Impaciencia
Ilustrativo	Meramente ilustrativo en muchas ocasiones, sirve de complemento a otras técnicas

Tabla 7. Beneficios y debilidades de los grupos de discusión.
Fuente: Elaboración propia.

Para preparar una buena sesión de grupo de discusión, se recomienda describir los objetivos de la investigación que pretendemos resolver o ilustrar con esta técnica. A continuación, un momento crucial es la definición de perfiles y la selección del personal. Como en las otras técnicas que hemos examinado, y al tratarse de una conversación grupal focalizada, hay que construir el cuestionario, necesariamente semiestructurado, de acuerdo con categorías de análisis. Este es un aspecto importante: las sesiones pueden tender a la dispersión, que el investigador debe controlar. Debe prepararse un espacio, tan neutral como sea posible, incluso con habitaciones especialmente diseñadas para ello, y asegurar que la escenografía de la sesión sitúe a todos los participantes en el mismo nivel y represente un mismo estatus en la conversación.

Los participantes deben seleccionarse y perfilarse de acuerdo a variables (por ejemplo, demográficas) y objetivos de la investigación, mediante perfiles que sean reflejo de la estratificación del universo de estudio, lo que garantizará la representatividad de los participantes o informantes. Se tiende no a emplear criterios estadísticos, sino de relevancia. Normalmente no se reúne a más de seis u ocho personas al mismo tiempo. Por lo general, se evita que tengan relaciones previas, que sesgarían la técnica y sus resultados. No se les identificará por su nombre, sino por su perfil. Es importante recabar su permiso, incluso por escrito, y dejar claras las condiciones de confidencialidad, cesión y tratamiento de datos personales, etc.

La estructura típica de una sesión de grupo de discusión es una introducción, similar a la de las entrevistas, una o unas pocas preguntas para “romper el hielo” y relajar el ambiente, predisponiendo a la conversación (no se trata tanto de que respondan individual y secuencialmente al investigador, sino de que se establezca un diálogo entre los participantes), y a continuación, durante nunca más de una hora y media para evitar cansancio, pérdida de interés y atención o reiteraciones, se desarrolla la sesión propiamente dicha, yendo normalmente de lo general

a lo específico, evitando preguntas que se autorrespondan, respuestas monosilábicas. Necesariamente, estas sesiones deben incluir algún tipo de gratificación, aún más si se pretende llevar a cabo más de una sesión, para evitar el decaimiento, falta de interés o motivación y abandono del grupo.

La información obtenida en estos grupos de discusión se organiza en torno a segmentos, que deben codificarse y categorizarse antes de proceder a su descripción y análisis, con una transcripción total o parcial, estructurada o no, literal o editada, en función de las necesidades de la investigación.

Recomendamos, para este bloque, algunas lecturas:

Artículos metodológicos:

- Beneito-Montagut, R. (2011). Ethnography goes online: Towards a User-centred methodology. *Qualitative Research* DOI: <https://doi.org/10.1177/1468794111413368>
- Fielding, N. G. (2014). Qualitative Research and Our Digital Future. *Qualitative Enquiry* DOI: <https://doi.org/10.1177/1077800414545237>
- Callejo Gallego, J. (2002). Observación, entrevista y grupo de discusión. *Revista Española de Salud Pública* 76 (5)
- Kitziinger, J. (1995). Introducing Focus Groups. *BMJ* 311. DOI: <https://doi.org/10.1136/bmj.311.7000.299>
- Lunt, P. (1996). Rethinking the Focus Group in Media and Communications Research. *Journal of Communication*, 46(2). DOI: <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1996.tb01475.x>
- Hine, C. (2000). *Virtual Ethnography*. London: Sage.
- Langer, R.; Beckman, S. C. (2005). Sensitive Research Topics: Netnography Revisited. *Qualitative Market Research*, 8(2). DOI: <https://doi.org/10.1108/135227505105924>

5. Métodos de consenso

Un conjunto de técnicas especialmente interesantes son los denominados métodos de consenso, en los cuales, a diferencia de los grupos de discusión, con los que comparten algunas características, los participantes son especialistas. Se trata de técnicas altamente focalizadas y dirigidas, especialmente indicadas para la evaluación de, por ejemplo, conceptos o métodos.

La más conocida de estas técnicas es el método Delphi, cuyo origen no es la academia sino la empresa (la Rand Corporation estadounidense), que en origen era una técnica de predicción de tendencias, aunque ahora puede emplearse con otros objetivos también.

El objetivo es llegar a un acuerdo, reduciendo la dispersión mientras se mantiene un cierto grado de discrepancia. Se trata de un cuestionario muy focalizado sobre cuestiones muy específicas, nunca generales, planteado de forma simultánea y anónima, característica esta que diferencia al método Delphi de otras técnicas de consenso. Se determina, en primer lugar, el problema de investigación que se pretende resolver con esta técnica, por ejemplo, definición de conceptos centrales de la investigación. A continuación, se procede a reclutar a los expertos, a quienes no se comunica la identidad concreta de los otros participantes para evitar influencias ligadas a, por ejemplo, el estatus de cada informante. Los grupos pueden ser numerosos, por la propia dinámica de la técnica, de entre 10 y 30 personas. Se lanza el cuestionario (el correo electrónico ayuda actualmente) y se producen entre dos y cuatro rondas para refinar conceptos, centrar los objetivos y, sobre todo, buscar el consenso, depurando las primeras respuestas de aquellas que no son relevantes para la investigación o se desvían de los objetivos de la misma, eliminando información irrelevante o redundante.

Las fortalezas y debilidades de esta técnica son las siguientes:

Beneficios	Debilidades
No se requiere presencia física, por lo que los participantes pueden ser de cualquier lugar del mundo	Se eliminan posibles interacciones beneficiosas
Técnica más bien predictiva	Puede ser sesgada por interés profesional de los participantes
Evita el efecto liderazgo	Los participantes, al ser expertos, llegan a saber quiénes son los otros y cómo tener ascendiente
Flexible	Falta de respuesta o abandono en rondas subsiguientes
Bajo coste	Consume tiempo

Otra técnica es el panel de expertos. Al contrario que el método Delphi, reúne una serie de expertos al mismo tiempo de manera presencial, por lo que se

Tabla 7. Beneficios y debilidades de los métodos de consenso. Fuente: Elaboración propia.

asegura la interacción, que puede ser interesante para los objetivos de la investigación. La siguiente es una buena definición de esta técnica:

The main task of an expert panel is usually synthesising a variety of inputs – testimony, research reports, outputs of forecasting methods, etc. – and produce a report that provides a vision and/or recommendations

for future possibilities and needs for the topics under analysis (Slocum, 2005).

Al tratarse de una o varias sesiones presenciales, resulta más difícil y costoso que un Delphi, y reduce necesariamente el número de participantes. Por lo tanto, se recomienda emplear un panel de expertos para estudiar aspectos muy específicos que requieran de un muy alto nivel de especialización y competencia, para aclarar temas y conceptos que no pueden ser resueltos apropiadamente con otras técnicas. Se trata de evaluaciones muy focalizadas, que pueden ayudar a los investigadores a llegar a conclusiones en situaciones de alta complejidad, o para evaluar cuestiones complejas.

Los informantes deben reclutarse por su alto nivel de competencia en la materia concreta a analizar, pero también por su independencia y por su habilidad para trabajar en grupos. Se necesita también uno o varios *respondants* que ayuden a centrar cada intervención, y un moderador general para abrir, moderar y centrar el debate y la discusión, objetivo principal que asegurará el consenso, objetivo primordial de esta técnica. El panel se mantiene deliberadamente compuesto por pocos informantes y muy especializados para garantizar la máxima interacción.

El procedimiento incluye una primera sesión, en muchas ocasiones la única, o al menos la única presencial (las ulteriores pueden ser resueltas mediante el correo electrónico o la videoconferencia), donde quien organiza el panel de expertos establece muy claramente las reglas del juego y la producción del informe final, se informa de la investigación en curso, de lo que se espera de los informantes, aunque previamente se habrá negociado con ellos el tema y objetivo de su intervención, se procederá a una ronda de exposiciones muy breves, que no superen los 20 minutos, unas pocas preguntas para centrar el tema, y generalmente un debate general posterior a todas las intervenciones, en que se puede dar la palabra también a los asistentes invitados, para ayudar a la producción de acuerdos. Posteriores sesiones se harán sobre borradores escritos, se invitará a completarlo con mención a investigaciones publicadas o en curso, compartir experiencias, a discernir los problemas que se han encontrado y a proponer soluciones, y se procederá a editar el documento final, el informe, en fases subsiguientes, hasta llegar a un acuerdo general, que asegure una calidad de ese resultado final mediante la revisión de los borradores del informe. Se asegurará además la confidencialidad de los debates. Se insta además a compartir futuras experiencias y tiene como objetivo fomentar un intercambio de información.

Por último, la *nominal group technique* se define como “a structured method for capturing and aggregating opinions emerging from a group of experts who

physically coincide in terms of place and time [...] a particular case of FG” (Landeta et al., 2011: 1630). Se emplea para generar ideas y asegurarse de que todos los miembros de, por ejemplo, un grupo o proyecto de investigación, participan ajenos a las influencias de otros participantes, para identificar prioridades o seleccionar alternativas, o cuando las ideas pueden ser controvertidas o los participantes muestran reserva. La técnica, que describiremos a continuación, puede ayudar en estos objetivos. Los participantes de la NGT se conocen previamente entre sí y forman parte de un colectivo, típicamente un grupo de investigación. La técnica debe contar con un facilitador o coordinador.

El procedimiento pasa por disponer de un recinto donde los participantes puedan escribir durante un periodo de tiempo de forma individual y libremente, sobre cuestiones que se enunciarán de forma colectiva al inicio de la sesión, de forma que se focalice su desarrollo. La primera fase busca una tormenta de ideas silenciosa. A continuación, y ya de forma oral y grupal, se intercambian ideas y puntos de vista bajo la supervisión del facilitador, se discute y, sobre todo, se consideran alternativas (en ocasiones, aunque no es lo más recomendado en todos los casos, se puede recurrir al voto), y se procede a identificar y clasificar los ítems más relevantes, incluso en más de una ronda. Con todo ello, se procede a una discusión final y a la producción de un informe, generalmente de consumo interno de dicho grupo, aunque eventualmente y si se considera de interés para toda la comunidad científica se podría publicar.

Los beneficios y debilidades de esta técnica son los siguientes:

Beneficios	Debilidades
Fomenta una participación en condiciones de igualdad y proporciona una estructura para ello	Fuerza a todo el mundo a tener una postura
Identifica temas y oportunidades, problemas estratégicos y soluciones	No siempre es fácil mantener todas las ideas igualmente visibles
Ayuda a adoptar soluciones colectivas	Puede reducir la riqueza, al limitarse a encontrar los ítems dominantes, y puede así ser reduccionista en exceso
Está focalizada en unos pocos temas importantes	Está focalizada en unos pocos temas importantes

A continuación se ofrecen unas pocas referencias y

Tabla 8. Beneficios y debilidades del panel de expertos.
Fuente: Elaboración propia.

ejemplos:

- Landeta, J.; Barrutia, J.; Lertxundi, A. (2011). Hybrid Delphi: A methodology to facilitate contribution from experts in professional contexts. *Technological Forecasting & Social Change* 78: 1629–1641
- Estabrook, R. E.; Schutt, R. K.; Woodford, M. L. (2008). Translating Research into Practice: The participatory expert panel approach. *The Open Health Services and Policy Journal*, 1: 19–26

Referencias

- Beneito-Montagut, R. (2011). Ethnography goes online: Towards a User-centred methodology. *Qualitative Research* DOI: <https://doi.org/10.1177/1468794111413368>
- Callejo Gallego, J. (2002). Observación, entrevista y grupo de discusión. *Revista Española de Salud Pública* 76 (5)
- Creswell, J. H. (2009). *Research design. Qualitative, Quantitative and Mixed Methods Approaches*. Los Angeles etc.: Sage, 2009.
- Estabrook, R. E.; Schutt, R. K.; Woodford, M. L. (2008). Translating Research into Practice: The participatory expert panel approach. *The Open Health Services and Policy Journal*, 1: 19–26
- Fielding, N. G. (2014). Qualitative Research and Our Digital Future. *Qualitative Enquiry* DOI: <https://doi.org/10.1177/1077800414545237>
- Hine, C. (2000). *Virtual Ethnography*. London: Sage.
- Kitzinger, J. (1995). Introducing Focus Groups. *BMJ* 311. DOI: <https://doi.org/10.1136/bmj.311.7000.299>
- Langer, R.; Beckman, S. C. (2005). Sensitive Research Topics: Netnography Revisited. *Qualitative Market Research*, 8(2). : 189–203. DOI: <https://doi.org/10.1108/135227505105924>
- Landeta, J.; Barrutia, J.; Lertxundi, A. (2011). Hybrid Delphi. *Technological Forecasting & Social Change* 78: 1629–1641
- Lingard, L.; Albert, M.; Levinson, W. Qualitative Research. Grounded Theory, Mixed Methods, and Action Research. *BMJ* 337: 459–461
- Lunt, P. (1996). Rethinking the Focus Group in Media and Communications Research. *Journal of Communication*, 46(2). DOI: <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1996.tb01475.x>
- Reason, P.; Bradbury, H. (2001). *Handbook of Action Research. Participative Inquiry and Practice*. London etc.: Sage.
- Slocum, N. (2005). *Participatory Methods Toolkit. A practitioner's manual. Method: Expert Panel*. Brussels, King Baudouin Foundation and the Flemish Institute for Science and Technology Assessment.

Anexo: Algunos (pocos) libros recomendados

Como complemento a todo lo explicado anteriormente, recomendamos a quienes estén interesados en los métodos (especialmente, cualitativos) de investigación aplicados al entorno digital, unos cuantos libros, todos ellos en formato pdf y accesibles a través de Internet, la mayoría de forma gratuita, en los que hemos participado, y que abundan en las técnicas expuestas, con un sucinto sumario en inglés.

- Díaz Noci, J. *Elementos de la comunicación digital. Hacia una teoría del ciberperiodismo*. Memoria de habilitación de cátedra, 2007.

En este volumen se intentaron sistematizar las características del mensaje periodístico digital: hipertextualidad, interactividad, multimedialidad, dimensiones temporales, memoria, y hacer un análisis del estado de la cuestión de ellas hasta el momento, así como del abordaje teórico y metodológico de cada una de estas características privativas del ciberperiodismo.

- Palacios, M.; Díaz Noci, J. *Online Journalism: Research Methods. A Multidisciplinary Approach in Comparative Perspective*. Bilbao: University of the Basque Country, 2006.

It is the fruit of a combined research project Brazil-Spain, and it shows the efforts of applying some of the methods previously explained to the topics the different scholars of the network were working on.

- Palacios, M. (org.). *Ferramentas para Análise de Qualidade no Ciberjornalismo*. Volume 1: Modelos. Covilha: Livros Labcom, 2011.

This book is a concretion of *Online Journalism: Research Methods*, and discusses and presents the concrete tools used in the aforementioned research network Brazil-Spain. For those interested in using specific techniques, this is a good entrance to the ways that tools are built and improved.

The book is written in Portuguese.

- Larrondo, A.; Meso, K.; Tous, A. (cords.). *Shaping the News Online. A Comparative Research on International Quality Media*. Covilha: Livros Labcom, 2014.

This book gathers the articles on the several aspects of content and discourse analysis applicable to the study of the online news, from several points of view. For those attempting to value the possibilities of the use of the methods and techniques of content analysis, this book is an introduction to those tools.

- Meso, K.; Agirreazkuenaga, I.; Larrondo, A. (eds.). *Active audiences and Journalism. Analysis of the Quality and Regulation of the User Generated Contents*. Bilbao:

University of the Basque Country, 2015.

If the previous efforts of this research group were focused on the study of the message and of the production, this time the group focuses on the consumption and reception of online news. This book gathers several chapters by members of the team and of international experts, and covers a wide variety of topics and techniques

ISBN 978-84-09-20524-0

Máster Universitario en Investigación
en Comunicación Social (MUCS)

Universitat
Pompeu Fabra
Barcelona

DIGIDOC Grup de Recerca
en Documentació Digital
i Comunicació Interactiva