

Nuevos retos metodológicos en el estudio de la comunicación

*Isidro Jiménez Gómez
Luis Eguzábal Jiménez
Francisco Javier Rivero Estévez
(editores)*



Biblioteca de Ciencias de la Comunicación

EDITORIAL
Tragua

Isidro Jiménez Gómez
Luis Eguizábal Jiménez
Francisco Javier Rivero Estévez
(Editores)

**Nuevos retos metodológicos
en el estudio
de la comunicación**

 EDITORIAL
fragua
MADRID MMXXIV

No se permite la reproducción total o parcial de este libro, ni su tratamiento informático, ni la transmisión de ninguna forma o por cualquier medio, ya sea electrónico, mecánico, por fotocopia, por registro u otros métodos sin el permiso y por escrito del Editor y del Autor.

Director de la Colección: IGNACIO MUÑOZ MAESTRE

Imagen de la cubierta: Isidro Jiménez Gómez

Título: Nuevos retos metodológicos en el estudio de la comunicación

© EDITORIAL FRAGUA

C/ Andrés Mellado, 64.
28015-MADRID
TEL. 915-491-806/ 915-442-297
E-mail: editorial@fragua.es
www.fragua.es

ISBN 978-84-7074-783-0 (pdf)

Índice

Prólogo: Esta metodología de la investigación funciona con Inteligencia Artificial, por Isidro Jiménez Gómez, Luis Eguizábal Jiménez y Francisco Javier Rivero Estévez.....	5
1. La innovación docente como elemento diferenciador en la formación académica en Comunicación: el Festival Publicatessen, por Marian Núñez Cansado, Alberto Martín García y Noemí Martín García	9
2. Investigación-creación a través del Teatro como un producto de Comunicación Alternativa, por Jesús Gerardo Cervantes Flores	34
3. “Tratado de nomadología: la máquina de guerra” como herramienta de aplicación de la Teoría del Texto Audiovisual, por Adrián Torres Lucendo	47
4. Metodología en Estructura de la Información. Investigación y docencia aplicada a la Publicidad, por Rosalba Mancinas-Chávez y Victoria García-Prieto	66
5. Minería y análisis de artículos periodísticos con base en los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) y la Agenda 2030, por Alberto E. López-Carrión y Myriam Martí-Sánchez	83
6. Alfabetización mediática y digital en el aula universitaria: metodología para la organización de un <i>escape room</i> , por Leticia Rodríguez Fernández	100
7. Individuación de la técnica: categorías metodológicas para la investigación en comunicación digital, por Fernando Andrés Castro Torres	110
8. Citizen participation: the importance of questionnaire design in public consultations, por Jennifer García Carrizo, Jorgos Coenen y Andrew Vande Moere	126

9. Metodología de análisis de la cobertura periodística de un acto terrorista a partir de un auto judicial, por Paula M. Núñez-Guerra 137

10. Renovación metodológica para otra historia de la música cinematográfica: el análisis comparado de espectro internacional, un caso siempre pendiente que lo cambia todo, por Laia Falcón 165

11. Metodología cualitativa y entornos digitales. Aplicación de la entrevista estructurada en redes sociales, por Victoria García-Prieto, Juan C. Figuereo-Benítez y Mónica Bonilla-del-Río 179

Metodología cualitativa y entornos digitales. Aplicación de la entrevista estructurada en redes sociales

Victoria García-Prieto (Universidad de Sevilla)

Juan C. Figuereo-Benítez (Universidad de Sevilla)

Mónica Bonilla-del-Río (Universidad Europea del Atlántico)

1. Introducción

El enfoque cualitativo, como pilar de la investigación científica, se encuentra arraigado en el paradigma interpretativo-crítico. En contraposición al paradigma explicativo característico de los estudios puramente cuantitativos, su objetivo trasciende la mera explicación del objeto de estudio, centrándose en la comprensión de los fenómenos investigados a través de su interpretación crítica (Campos Thomas, 2019). Por ende, la metodología cualitativa ofrece la ventaja de proporcionar resultados profundos (Creswell, 2003), aunque sus métodos y técnicas se usan mayoritariamente en las ciencias del comportamiento social y humano.

Dentro del contexto de la metodología cualitativa, la entrevista emerge como una técnica de investigación que enriquece el ámbito

académico al ofrecer respuestas ricas y detalladas (Bryman, 2016). Las entrevistas destacan, según Vallés (1997), por dos motivos: primero, por su capacidad para aportar un enfoque cualitativo complementario a los resultados obtenidos mediante técnicas cuantitativas, y segundo, por su habilidad para comprender e interpretar estos datos. Además, la entrevista se distingue por su flexibilidad, eficiencia y economía, presentándose como una técnica para recopilar información de primera mano (Vallés, 1997).

Este capítulo se centra en un tipo específico de entrevista, la entrevista estructurada, y explora su aplicación a través de redes sociales con el fin de analizar sus posibilidades y limitaciones. Para lograrlo, se proporciona una descripción detallada de la utilización de esta técnica en un estudio cualitativo llevado a cabo sobre discursos de odio dirigidos a personas con discapacidad en TikTok en el que se entrevistó a 13 creadores de contenido. Realizar investigación cualitativa implica “construir método” (Campos Thomas, 2019, p. 33), ya que no existe uno universal que se adapte a todos los estudios de esta naturaleza. Al mismo tiempo, esto debe hacerse con rigurosidad, describiendo minuciosamente la construcción de este método (Guber, 2011) y el proceso integral de la investigación. En este texto se destacan las ventajas y desafíos que surgen al realizar entrevistas estructuradas a través de las redes sociales en comparación con los enfoques tradicionales.

1.1. La entrevista estructurada en el contexto metodológico

La entrevista se define como un intercambio de información entre entrevistador y entrevistado a través de una reunión en la que se realizan preguntas y respuestas sobre un determinado tema para la construcción conjunta de significados (Hernández-Sampieri et al., 2006). De acuerdo con Grinnell (1997), pueden ser clasificadas en:

estructuradas, semiestructuradas y no estructuradas o abiertas. En el primer caso, se elabora una guía de preguntas específicas que conforman el instrumento y durante su desarrollo el entrevistador se ajusta exclusivamente a las cuestiones previamente planteadas, así como al orden inicialmente establecido. En cambio, en las entrevistas semiestructuradas, a pesar de que parten de una guía con preguntas planificadas, el entrevistador dispone de libertad para incluir nuevas cuestiones que no se hubiesen contemplado anteriormente, con el fin de profundizar en ciertos temas o conceptos emergentes durante el proceso. Por último, en las entrevistas abiertas existe una guía general de contenido, pero el entrevistador dispone de total flexibilidad para dirigir la entrevista en cuanto al ritmo, estructura y contenidos (Hernández-Sampieri et al., 2006).

Para el caso de estudio abordado, se planteó la realización de entrevistas estructuradas como técnica para la recogida de información, con el fin de facilitar el máximo de respuestas posibles por parte de los creadores de contenido. Se previó una mayor participación si el contacto se realizaba mediante redes sociales, puesto que se facilitaba el acceso a los participantes al emplear plataformas habituales para estos usuarios, aprovechando las funcionalidades que ofrecen estas herramientas. En este sentido, las redes permiten diversas formas de expresión a través de audio, vídeo o texto escrito, favoreciendo una mayor participación y adaptabilidad en función de las necesidades, características o preferencias de la persona (Bonilla-del-Río et al., 2022). Asimismo, estos recursos podrían ofrecer mayor flexibilidad en cuanto a los tiempos de respuesta.

Teniendo esto en cuenta, se planteó la necesidad de planificar claramente las preguntas de las entrevistas, con el fin de proporcionar cuestionarios estructurados con interrogantes predeterminados tanto en la secuenciación como en su formulación (Blasco-Hernández & Otero-García, 2008). De esta forma, en la entrevista estructurada se

decide de antemano qué tipo de información se quiere recabar y en base a ello se establece un guion de entrevista fijo y secuencial. El entrevistador sigue el orden marcado y las preguntas están pensadas para ser contestadas brevemente, mientras que el entrevistado debe ceñirse al guion preestablecido a priori (Folgueiras Bertomeu, 2016). A diferencia de las entrevistas en profundidad, las entrevistas estructuradas se caracterizan por tener menor flexibilidad y libertad para el investigador (Herrera, s.f), pero facilitan la comparación de las respuestas. Este tipo de enfoque cualitativo tiene gran relevancia en la investigación científica y, específicamente, en las ciencias sociales (Piza-Burgos et al., 2019).

1.2. La entrevista mediada a través de Internet

Tradicionalmente, la entrevista se consideraba una técnica de investigación que debía realizarse cara a cara, aunque son numerosos los estudios que, desde hace décadas, incluyen entrevistas realizadas vía telefónica. En la era de Internet, se abren nuevos canales –en formato escrito, de audio o audiovisual– que permiten establecer contacto y realizar entrevistas tanto de manera sincrónica como asincrónica (Marcón, 2021). Así, se amplía la posibilidad a la realización de entrevistas mediadas por email, videoconferencia, chats o servicios de mensajería (Juan & Bürki, 2022).

Destacan las posibilidades de distintas aplicaciones de videollamada como Zoom para recrear situaciones similares a las interacciones cara a cara (Archibald et al., 2019), superando las limitaciones del teléfono para la realización de entrevistas cualitativas. Asimismo, es evidente la eficiencia logística que permiten las aplicaciones y plataformas digitales para realizar estudios internacionales o en amplias zonas geográficas, optimizando los costes de la investigación (Juan & Bürki, 2022).

Además, el *smartphone* se ha establecido como omnipresente dispositivo conectado y como “una herramienta muy útil para la investigación en ciencias sociales” (Juan & Bürki, 2022). Schrock (2015) destaca características del teléfono inteligente como su portabilidad, disponibilidad, localización o multimedialidad; todas ellas aprovechables para la realización de entrevistas al permitir mayor rapidez e, incluso, inmediatez en las respuestas e interacciones.

Sin embargo, también se han señalado en la literatura científica determinados límites en la aplicación de métodos de investigación a través de Internet y dispositivos conectados. El primero de ellos es el hecho de que no todas las personas tienen acceso a Internet. Esta situación está directamente relacionada con el nivel socioeconómico de determinadas zonas geográficas –en África o América Latina, por ejemplo–, pero también con el poder adquisitivo de algunas personas o colectivos más desfavorecidos (James & Busher, 2012). Al requisito de tener acceso a Internet se suma la necesidad de contar con un nivel de alfabetización digital que permita la participación en estudios académicos (Marcón, 2021).

En el caso concreto de la entrevista, algunos autores apuntan desventajas como los problemas de conexión o interrupciones en caso de realizarse mediante videollamada, la posible reducción de la empatía entre entrevistador y entrevistado (Cater, 2011) o la dificultad para captar elementos no verbales.

Expuestas las principales ventajas y limitaciones de la entrevista mediada *online* detectadas en la literatura científica, Juan y Bürki (2022) reconocen que “los teléfonos inteligentes se han empezado a utilizar de manera aún tímida en estudios cualitativos”. En su estudio, los autores realizan entrevistas semiestructuradas a creadoras de contenido en YouTube a través de videollamadas de WhatsApp e Instagram. Otra investigación, llevada a cabo por Antelo Gutiérrez (2017), aplicó un análisis morfológico y estructural-

semiológico del contenido de cinco perfiles de Instagram de influencers de belleza alternativa, completada con entrevistas a través de mensajes privados en Instagram. En esta misma línea, Rivera-Abad (2021) realizó entrevistas vía WhatsApp, combinadas con análisis de contenido, para analizar las estrategias utilizadas por influencers ecuatorianos como agentes del *marketing* digital.

2. Objetivos

El propósito de este estudio consiste en proporcionar una descripción detallada de la implementación de la entrevista estructurada a través de redes sociales, tomando como caso de estudio una investigación centrada en los discursos de odio dirigidos a personas con discapacidad en TikTok. Los objetivos específicos son:

- Exponer las oportunidades que ofrecen estas plataformas para la recogida de información mediante entrevistas.
- Analizar los principales desafíos identificados durante el proceso de contacto con los usuarios y la realización de las entrevistas.

3. Metodología

Con el fin de alcanzar los objetivos propuestos, este apartado metodológico detalla de forma pormenorizada el proceso de realización de entrevistas estructuradas a través de redes sociales en la investigación sobre discursos de odio dirigidos a personas con discapacidad en TikTok.

En una primera etapa, se llevó a cabo una indagación preliminar mediante observación participante (Angrosino, 2012), orientada a la identificación de contenido publicado en TikTok por personas con discapacidad en forma de video-respuestas a mensajes de

odio. En esta fase, se restringió el estudio a usuarios hispanohablantes con diversos tipos de discapacidad, centrándose en video-respuestas a mensajes de odio específicos y excluyendo aquellos videos que trataban los discursos de odio en términos generales. Se recopilaron 64 publicaciones de 32 usuarios distintos. A pesar de que los discursos de odio en redes sociales se han convertido en una problemática creciente (Cermi, 2021), la especificidad del contenido analizado justifica la limitación del universo del estudio.

Estas publicaciones fueron analizadas para determinar su contenido, tono e intencionalidad y establecer, en relación con la literatura científica existente, similitudes y diferencias respecto a los discursos de odio recibidos por otros colectivos. Aunque el análisis detallado de los videos no constituye el foco de este texto, se emplearon preliminarmente para la elaboración del guion de la entrevista y para establecer la muestra de participantes del estudio. De este modo, la muestra inicial de personas a entrevistar estaba compuesta por los 32 usuarios hispanohablantes con discapacidad que publicaron video-respuestas a mensajes de odio en la red social TikTok.

Para elaborar el guion como instrumento de la entrevista, se emplearon datos provenientes del análisis de video-respuestas y referencias de la literatura previa. En concreto, se tomaron como referencia los siguientes ejes extraídos de Alhaboby et al. (2017): reconocimiento del contenido del discurso de odio desde la perspectiva de quienes lo reciben, actitudes y emociones ante el discurso de odio, y efectos del discurso de odio y motivación para participar en contradiscursos o informes. Así, se elaboró un listado cerrado de 10 preguntas, abarcando los distintos ejes y variables incluidas en el estudio.

Una vez determinados los perfiles a entrevistar y elaborado el guion de la entrevista estructurada, se contactó a los perfiles

seleccionados a través de sus redes sociales. Dado que el estudio sobre discursos de odio contra personas con discapacidad se centraba en TikTok, se utilizó esta red preferentemente tanto para establecer contacto con los participantes como para la realización de la entrevista. Sin embargo, algunos usuarios tenían restringida la opción de enviar mensajes directos en TikTok, lo cual motivó la elección de Instagram como alternativa de contacto en esos casos específicos. No obstante, tanto el procedimiento de contacto como la información facilitada a todos los participantes fue uniforme.

Una distinción significativa en la realización de entrevistas estructuradas en redes respecto a otras vías tradicionales radica en el lenguaje y registro utilizados. En este caso, se optó por adecuar el lenguaje y el tono al entorno digital y de las redes sociales (Orosa & López, 2019), empleando un vocabulario accesible, un registro informal y un estilo directo, cercano y conciso (Rodríguez-Suárez et al., 2021). El primer contacto se inició con una breve presentación y una síntesis de los objetivos de la investigación, seguido de una pregunta directa solicitando la participación del usuario.

En caso de recibir una respuesta afirmativa, se proporcionó el guion completo de la entrevista y se facilitó la posibilidad de enviar las respuestas en formato de texto o de audio a través de los propios mensajes directos de la red social. Dado que las entrevistas versaban sobre un tema delicado y personal como es el discurso de odio que los entrevistados habían recibido directamente, proporcionar el guion completo previamente otorgaba transparencia al estudio, facilitando que los usuarios pudieran decidir sobre su participación con toda la información disponible. Además, contar con el guion de la entrevista completo otorgaba a los entrevistados flexibilidad para responder a su ritmo y en el orden que quisieran, facilitando así también la participación. Por último, enviar las preguntas de la entrevista de una vez reducía el número de contactos y la espera, al no depender de cada

respuesta para recibir una nueva pregunta. Esta última opción, sobre todo en los casos en los que los participantes respondieron por escrito, podría provocar cansancio y hacer que las entrevistas quedaran incompletas. Se ofreció a los participantes la posibilidad de responder a todo el guion de entrevista de una sola vez o poco a poco, e incluso de responder a través de videoconferencia para facilitar aún más la participación.

Finalmente, se realizaron 13 entrevistas estructuradas entre los meses de junio y julio de 2023. De ellas, ocho fueron realizadas en Instagram (tres mediante mensajes de audio y las restantes en texto), dos fueron respondidas a través de TikTok en formato escrito, y tres mediante videollamadas o mensajes de audio en la aplicación de mensajería WhatsApp. Los resultados de este trabajo se ciñen a los aspectos de la entrevista relacionados con su aplicación en redes sociales respecto a otras vías tradicionales.

4. Resultados

La incorporación de un enfoque cualitativo mediante entrevistas a la investigación sobre discursos de odio dirigidos a personas con discapacidad en TikTok no solo contribuyó al estudio aportando profundidad y dotando de interpretación a los resultados, sino que también reveló diversas posibilidades al realizar estas entrevistas estructuradas a través de las redes sociales en comparación con otras opciones tradicionales de aplicar esta técnica.

La principal ventaja observada es la posibilidad de llegar a personas comunes, que no ostentan cargos de representación política, organismos sociales, ONG, y que no son figuras públicas. Las redes convierten a esa parte de la población que era anónima e inaccesible en prosumidores con capacidad para crear contenido y facilitan su visibilidad haciendo posible el contacto y la participación en estudios

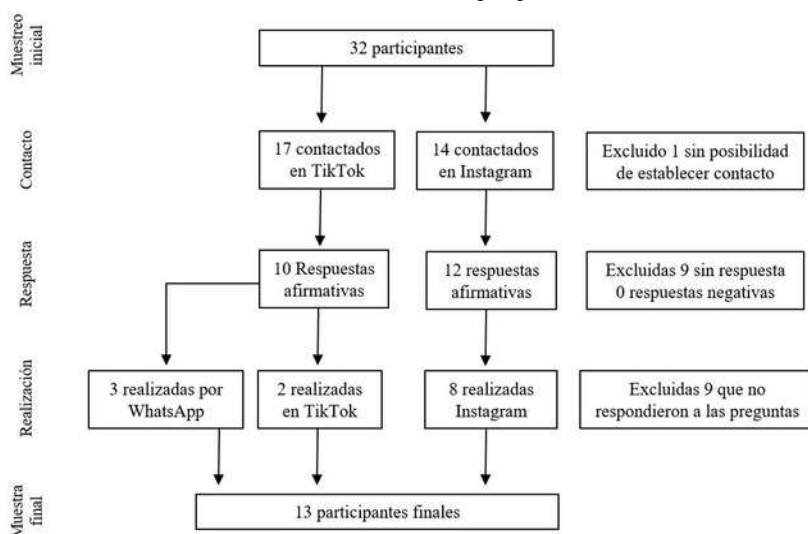
de investigación como el que se aborda en este texto. Esta vía se muestra especialmente ventajosa cuando se trata de personas jóvenes, que utilizan las redes sociales como principal herramienta de información y socialización en el entorno digital. Asimismo, demuestra ser una opción positiva para llegar a individuos que forman parte de colectivos denominados “vulnerables”, en este caso por ser susceptibles de ser víctimas de delitos de odio. En este tipo de estudios es interesante dar voz en primera persona y no únicamente a través de organizaciones y representantes, mostrando así la diversidad del colectivo. En el caso de las personas con discapacidad, además, es una forma de huir del capacitismo y de escuchar directamente su voz.

Asimismo, destaca la rapidez y la inmediatez en las respuestas. En las redes prima la instantaneidad de las interacciones, donde las respuestas y reacciones se producen en tiempo real. Este enfoque permite obtener retroalimentación de manera rápida, facilitando una comunicación más fluida en comparación con métodos como el correo electrónico. La interacción se asemeja a un diálogo, ofreciendo la posibilidad de abordar dudas o reconducir respuestas incompletas de manera eficaz. Además, la realización de entrevistas en redes sociales facilita la ejecución de trabajos internacionales como el estudio que se aborda en este capítulo, que incluye a participantes hispanohablantes de España y varios países de Latinoamérica. Ya otras vías tradicionales como el teléfono o, más recientemente, las videoconferencias mediante plataformas como Skype, Zoom o Meet reducen significativamente las barreras físicas y geográficas. La realización de las entrevistas a través de redes ofrece, además, flexibilidad para responder de una vez o de forma gradual, según la conveniencia de los participantes.

Sin embargo, se observa una tasa de respuesta inferior respecto a otros estudios en los que las personas entrevistadas son

representantes de organismos de diversa índole o se realizan mediante otras vías.

Figura 1. Participantes del estudio sobre discursos de odio en TikTok
Fuente: *elaboración propia*



Como muestra la Figura 1, en este estudio, el corpus inicial estaba formado por 32 usuarios. Tras una primera fase de contacto a través de mensajes directos en TikTok o Instagram –según la disponibilidad de los usuarios en cada red social–, en los que se indicaba al creador de contenido el propósito del estudio y se le consultaba sobre su deseo de participar, se recibieron 22 respuestas afirmativas en las que en principio se mostraba interés para colaborar en la investigación. No fue posible establecer contacto con uno de los potenciales participantes, nueve no respondieron en ningún momento a los mensajes de los investigadores y ninguno de ellos rechazó

explícitamente participar en el estudio. En una segunda fase, se envió el guion completo de entrevista a las 22 personas que respondieron afirmativamente, ofreciéndoles opciones flexibles para facilitar su respuesta. Finalmente, ocho personas enviaron sus respuestas a través de la red social Instagram, dos lo hicieron a través de TikTok y tres optaron por hacerlo a través de WhatsApp –dos mediante videoconferencia y una a través de mensajes de voz–. Por el contrario, nueve usuarios que inicialmente aceptaron participar en el estudio no respondieron después de conocer el guion de la entrevista. En todos los casos, las respuestas recibidas fueron siempre positivas y aquellos que decidieron no participar cesaron su contacto sin expresar una negativa explícita. Por consiguiente, de los 32 posibles participantes iniciales, 19 no participaron en la entrevista y 13 sí, lo que equivale a una tasa de respuesta del 40,6 %.

Por último, se observó una tendencia a recibir respuestas breves a pesar de solicitar a los participantes respuestas detalladas y de invitarles a extenderse cuanto necesitaran. Aun así, la realización de la entrevista en redes sociales facilitó reconducir la situación, ya que la comunicación fluida hizo posible ampliar las respuestas. Son necesarios más estudios que apliquen esta técnica de investigación para poder establecer si tanto esta limitación como la anterior, relacionada con el éxito en la tasa de respuestas, se deben o no a la aplicación de la entrevista a través de redes. Otras explicaciones pueden estar relacionadas con el perfil de los participantes, ya que se trata de usuarios concretos y no de representantes de organismos o entidades, a quienes sí se les presupone más familiarizados con este rol de entrevistados al ostentar un cargo de responsabilidad.

5. Discusión y conclusiones

En el ámbito de la investigación cualitativa, varios autores reivindican el “retorno del sujeto” (Campos Thomas, 2019) y su importancia, particularmente en los estudios que se enmarcan en las ciencias sociales y humanidades. La investigación en estas disciplinas se enfoca en la generación de conocimiento que incluye la interpretación de la realidad social tal como la perciben los propios individuos inmersos en ella. Esto engloba tanto al investigador como a los participantes que aportan información, siendo ambos pilares fundamentales en la realización de entrevistas. Sin embargo, esta importancia adquiere un matiz aún más significativo en el contexto de los informantes con discapacidad. Históricamente relegados a un papel pasivo, estos individuos han abogado durante décadas por su participación activa en primera persona, siendo también un reto para los investigadores “a la hora de desarrollar enfoques metodológicos y de emplear técnicas investigativas que permitan dar voz y visibilidad a un colectivo que habitualmente ha sido silenciado y al que no se ha tenido lo suficientemente en cuenta” (Bonilla-del-Río et al., 2018, p.16). Esta es la principal ventaja detectada en la realización de entrevistas estructuradas a través de redes sociales como TikTok e Instagram, ya que posibilitan el acceso a individuos pertenecientes al colectivo en lugar de recurrir a organismos o representantes, como sucede en numerosos estudios basados en entrevistas.

A la luz de los resultados, se considera factible llevar a cabo entrevistas estructuradas a través de redes, especialmente cuando se trata de creadores de contenido, porque es el entorno en el que mejor se desenvuelven y es en ocasiones el único medio disponible para establecer el primer contacto con ellos. En primer lugar, se ha demostrado que es posible emplear estas herramientas puesto que la entrevista estructurada se ajusta a las características de los medios

digitales, permitiendo el registro de información de manera sistemática y ordenada y favoreciendo el cumplimiento de los objetivos marcados. También facilita la participación de personas de diversa procedencia geográfica, que sin el uso de herramientas de telecomunicaciones no podrían colaborar en el estudio, rompiendo las barreras espacio-temporales. En este sentido, el uso de redes sociales o aplicaciones de mensajería instantánea proporciona a los entrevistados, además, la posibilidad de responder a las preguntas con mayor flexibilidad, sin necesidad de ceñirse a un horario y un lugar establecidos. Es el caso de una de las participantes que comenzó a responder a las preguntas mediante el envío de cuatro audios de WhatsApp remitidos a partir de las 22:40 horas (España)/15:40 horas (México). Tras un lapso de aproximadamente una hora, retomó la entrevista enviando los audios correspondientes a las preguntas que quedaban pendientes. Este tipo de procedimientos serían más complejos en entrevistas desarrolladas presencialmente, telefónicamente o a través de sesiones de videoconferencia, puesto que requieren de un acuerdo concreto en la fecha y hora y, por tanto, son más rígidas en cuanto a los posibles imprevistos surgidos durante su desarrollo.

Asimismo, esta técnica ha demostrado ser de fácil comprensión, siendo los resultados viables y admisibles para el desarrollo del estudio. Como futuras líneas de investigación, podría resultar interesante complementar los estudios cuantitativos de análisis de contenido en redes sociales con la técnica de la entrevista estructurada. Esto permitiría registrar la opinión de la muestra analizada y evitar un análisis meramente estadístico o descriptivo de los datos, contribuyendo a la profundización y mayor comprensión del objeto de estudio.

Sin embargo, a pesar de las posibles oportunidades que ofrece esta técnica, también se han identificado una serie de desventajas. De

este modo, la obtención de una baja tasa de respuestas finales se establece como el principal inconveniente en su implementación, puesto que, a pesar de que estas plataformas facilitan el acceso y contacto con los usuarios –que parecen mostrar en un primer momento interés en participar en el estudio–, este hecho no garantiza el compromiso en la realización de las entrevistas. Otro de los principales obstáculos es la recepción de respuestas excesivamente breves.

A pesar de tratarse de un estudio sobre discursos de odio en TikTok, la mayor parte de las entrevistas fueron respondidas por otras plataformas. Esto puede tener relación con el uso para el que está diseñada cada red social. Así, Instagram prioriza las interacciones entre usuarios al otorgar a los mensajes directos una ubicación privilegiada en su interfaz, mientras que TikTok prioriza la visualización de contenido, motivo que puede tener relación con la menor tasa de respuestas en esta última red social. Del mismo modo, pudo influir el hecho de que TikTok no tenga opción de enviar mensajes de audio o hacer videollamadas. Asimismo, la limitación de tiempo de los mensajes de audio de Instagram pudo propiciar que varios participantes prefiriesen hacer la entrevista por WhatsApp. Aunque el objetivo de este estudio no es realizar una comparación entre las distintas plataformas para realizar entrevistas, estos resultados pueden abrir futuras líneas de investigación.

Por último, aunque la muestra del estudio es reducida y los datos expuestos no son representativos ni generalizables, sí permiten ofrecer una primera aproximación a las posibles oportunidades y desventajas detectadas en la aplicación de esta técnica para la recogida de datos. Por consiguiente, surge la necesidad de continuar realizando estudios que empleen las entrevistas estructuradas en redes sociales con este y otros colectivos para establecer los motivos que pueden influir en la participación de los usuarios (intereses, aprendizaje,

motivación, gratificaciones al colaborar en una investigación y contribuir al avance del conocimiento...) y aquellas causas que influyen en la deserción en la colaboración del estudio (falta de interés, desconocimiento, desmotivación, falta de incentivos, falta de tiempo, desconfianza...). Asimismo, se podría profundizar en la influencia que pudiera tener el perfil de los propios entrevistados y las características de las redes sociales en la obtención de las respuestas.

A modo de conclusión y aunque se requiere una mayor indagación al respecto, los hallazgos sugieren que la realización de entrevistas estructuradas a través de redes sociales, en particular TikTok e Instagram, y aplicaciones de mensajería instantánea como WhatsApp ofrecen resultados comparables a otros métodos convencionales, con la ventaja de aportar oportunidades adicionales para la investigación.

6. Referencias bibliográficas

- Alhaboby, Z. A., Barnes, J., Evans, H., & Short, E. (2017). Challenges facing online research: Experiences from research concerning cyber-victimisation of people with disabilities. *Cyberpsychology: Journal of Psychosocial Research on Cyberspace*, 11(1), article 8.
- Angrosino, M. (2012). *Etnografía y observación participante en investigación cualitativa*. Morata.
- Antelo Gutiérrez, M. (2017). Expresión de la subcultura de la belleza física alternativa en Instagram: El papel de los influencers. *Revista Aportes de la Comunicación y la Cultura*, (23), 09-22. <https://bit.ly/3R0yty4>
- Archibald, M. M., Ambagtsheer, R. C., Casey, M. G., & Lawless, M. (2019). Using zoom videoconferencing for qualitative data collection: perceptions and experiences of researchers and participants. *International journal of qualitative methods*, 18.

- Blasco-Hernández, T., & Otero-García, L. (2008). Técnicas conversacionales para la recogida de datos en investigación cualitativa: La entrevista (I). *NURE Investigación*, 33. <https://bit.ly/3FUMIz8>
- Bonilla-del-Río, M., Figuerero-Benítez, J. C., & García-Prieto, V. (2022). Influencers with physical disabilities on Instagram: Features, visibility and business collaboration. *Profesional de la Información*, 31(6). <https://doi.org/10.3145/epi.2022.nov.12>
- Bonilla-del-Río, M., Valor-Rodríguez, L., & García-Ruiz, R. (2018). Alfabetización mediática y discapacidad: Análisis documental de literatura científica en Web of Science (WoS) y Scopus. *Revista Prisma Social*, (20), 1–20. <https://bit.ly/3Ghg6f6>
- Bryman, A. (2016). *Social research methods* (5ª ed.). Oxford University Press.
- Campos Thomas, T. H. (2019). Aproximación a los fundamentos de la investigación cualitativa. En Sánchez Vanderkast, E. J., & Hernández Salazar, P. (Eds.) *Metodología cualitativa en Bibliotecología: tendencias y perspectivas* (pp. 21-36). Dextra.
- Cater, J. K. (2011). Skype: a cost-effective method for qualitative research. *Rehabilitation Counselors & Educators Journal*, 4(2).
- Cermi (2021). *Los delitos de odio contra las personas con discapacidad. ¿Cómo identificarlos? ¿Cómo atajarlos? Guía informativa 2021*. Comité Español de Representantes de Personas con Discapacidad.
- Creswell, J.W. (2003). *Research design: qualitative, quantitative, and mixed method approaches* (2ª ed.). Sage.

Folgueiras Bertomeu, P. (2016). *La entrevista*. Informes Mètodes d'Investigació i Diagnòstic en Educació. <https://bit.ly/3N3aVYh>

Grinnell, R. M. (1997). *Social work research & evaluation: Quantitative and qualitative approaches*. E. E. Peacock Publishers.

Guber, R. (2011). *La Etnografía: método, campo y reflexividad*. Siglo XXI.

Hernández-Sampieri, R., Fernández-Collado, C., & Baptista-Lucio, P. (2006). *Metodología de investigación*. McGrawHill Interamericma Editores.

Herrera, J. (s.f.). *La investigación cualitativa*. <https://bit.ly/3N0Qc7g>

James, N., & Busher, H. (2012). Internet interviewing. En Gubrium, J. F., Holstein, J. A., Marvasti B. A., & MacKinney, K.D. (Eds.) *The SAGE handbook of interview research: The complexity of the craft* (pp. 177-192). Sage.

Juan, N., & Bürki, Y. (2022). Entrevistas mediadas en sociolingüística cualitativa. *Estudios de lingüística del español*, 45, 261-284.

Marcón, O. A. (2021). Las entrevistas a distancia en Trabajo Social Forense: reflexiones teórico-prácticas. *Itinerarios De Trabajo Social*, (1), 87-94. <https://doi.org/10.1344/its.v0i1.32028>

Orosa, B. G., & López, X. (2019). El lenguaje en redes sociales como estrategia comunicativa: administraciones públicas, partidos políticos y organizaciones civiles. *Communication & Society*, 32(1), 107-125. <https://doi.org/10.15581/003.32.1.107-125>

Piza-Burgos, N.D., Amaiquema Márquez, F.A., & Beltrán Baquerizo, G.E. (2019). Métodos y técnicas en la investigación cualitativa. Algunas precisiones necesarias. *Conrado*, 15(70), 455-459.

- Rivera-Abad, S. (2021). Estrategias utilizadas por los influencers ecuatorianos como agentes del marketing digital, para promover la venta de productos y servicios en la red social Instagram. *ComHumanitas: Revista Científica De Comunicación*, 11(3), 146-176. <https://doi.org/10.31207/rch.v11i3.272>
- Rodríguez-Suárez, J., Morán-Neches, L., & Herrero-Olaizola, J. B. (2021). Online research, new languages and symbolism of digital activism: A systematic review. *Comunicar*, 68, 47-58.
- Schrock, A. R. (2015). Communicative affordances of mobile media: Portability, availability, locatability, and multimediality. *International Journal of Communication*, 9, 1229–1246.
- Vallés, M. (1997). *Técnicas cualitativas de investigación social: reflexión metodológica y práctica profesional*. Síntesis.