CAPÍTULO III - METODOLOGÍA

El analizar el enfoque cualitativo cuando se trata el tema de la investigación puede ser confuso, como lo demuestra Potter (1996), no existe una definición plenamente aceptada sobre el término *cualitativo*. En realidad este concepto ha sido utilizado para referirse a: 1) la filosofía en general y a un enfoque de investigación. 2) una metodología de investigación y (3) un conjunto específico de técnicas de investigación Neuman (2000) & Balike (2001).

La elección del método de investigación depende de las exigencias de la situación de la que se trate.

El papel de los métodos cualitativos, solos o unidos con métodos cuantitativos, llama la atención de públicos diversos relacionados con la administración y evaluación de programas de intervención social.

Así pues, los métodos cualitativos y cuantitativos significan mucho más que unas técnicas específicas para la recolección de datos. Resultando más adecuado conceptualizarlos como paradigmas (Cook y Reichardt, 2006).

El paradigma cualitativo posee un fundamento decididamente humanista para entender la realidad social de la posición idealista que resalta una concepción evolutiva y negociada del orden social.

Éste percibe la vida social "como la creatividad compartida de los individuos; el hecho de que sea compartida determina una realidad percibida como objetiva, viva y cognoscible para los participantes en la interacción social" (Cook y Reichardt, 2006:62).

3.1 Análisis Cualitativos

Los estudios cualitativos no conciben el mundo como una fuerza exterior, objetivamente identificable e independiente del hombre. Aquí, los individuos son conceptuados como agentes activos en la construcción y determinación de las realidades que encuentran, en vez de responder de manera automática según las expectativas de sus papeles que hayan establecido las estructuras sociales.

Cooper, Potter y Dupagne (2004) documentan la importancia de los métodos cualitativos en el campo, reportando que aunque casi un 60% de los estudios publicados en diversas partes han utilizado métodos cuantitativos, las técnicas cualitativas fueron usadas de manera exclusiva (33%) o parcial (40%).

Aun cuando la investigación cualitativa puede ser una excelente forma de reunir y analizar la información, los investigadores deben tener en cuenta que los resultados de este tipo de investigación tienen límites interpretativos.

En la mayor parte de los casos, los estudios de investigación cualitativa utilizan pequeñas muestras, participantes o unidades que no son representativos de la población obtenida.

Los métodos cualitativos y cuantitativos constituyen algo más que simples diferencias entre estrategias de investigación y procedimientos de obtención de datos. Frecuentemente, los resultados de los proyectos cualitativos que poseen muestras pequeñas son interpretados como si hubieran sido recogidos con técnicas cuantitativas de muestras grandes. (Cook y Reichardt, 2006).

Estas dos formas de investigación representan fundamentalmente diferentes marcos epistemológicos para conceptuar la naturaleza del conocimiento, la realidad social y los procedimientos para captar estos fenómenos.

Los métodos cualitativos son apropiados por sí mismos como procedimientos de estimación de la evaluación del impacto de un programa. La evaluación de programas puede resultar fortalecida cuando ambos enfoques se hallan integrados en un diseño de evaluación (Cook y Reichardt, 2006:76-77).

La información cualitativa muestra en una variedad de formas, como las notas que se hacen mientras se realizan observaciones de campo, las transcripciones de las entrevistas, los documentos y diarios (Wimmer y Dominick 2001:106).

A diferencia del método cuantitativo, donde se obtienen los números que "arrojan" los resultados; en la investigación cualitativa la evaluación de los datos se realiza en el proceso de recolección y continúa durante todo el proyecto.

Por otro lado, los investigadores cualitativos utilizan un método inductivo: se reúne información importante para un tema y se agrupan en categorías apropiadas y significativas; las explicaciones surgen de las llamadas referencias. Además, muchos a investigadores cualitativos les gusta tener un lugar especialmente acondicionado para realizar el análisis de las referencias encontradas.

El punto a considerar es que los métodos cualitativos "proporcionan una base para entender el significado de las relaciones estadísticas que se descubren" (Neuman, 2000:75). Así pues, la investigación de diferentes aspectos socioculturales puede verse influida por diferentes paradigmas, dependiendo de los que utilice el investigador, claro está. A continuación e describen cuatro técnicas cualitativas principales: (Wimmer. y Dominick, 2001).

- **Observación de Campo**

Es el estudio de un fenómeno en su ambiente natural. El investigador puede ser un observador imparcial o un participante en el proceso de estudio. La principal ventaja de esta técnica es la flexibilidad.

Puede usarse para desarrollar hipótesis, reunir referencias preliminares o estudiar grupos que de otra manera serían inaccesibles. Su mayor desventaja es la dificultad de alcanzar la validez externa.

- **Entrevistas Intensivas**

Se usan para reunir información extremadamente detallada de una pequeña muestra de participantes. La cantidad de datos que puede recopilarse con este método es su principal ventaja. Sin embargo, como suelen ser realizadas con muestras pequeñas, la capacidad para generalizar es en ocasiones una desventaja.

- **Estudio de Caso**

A través de este se extraen referencias de tantas fuentes como sea posible para investigar un suceso. Los estudios de caso son particularmente provechosos cuando un investigador desea explicar o entender algún fenómeno.

Algunos problemas con estos estudios es que carecen de rigor científico, pueden necesitar mucho tiempo para llevarse a cabo, y es difícil generalizar y resumir la información que brindan.

- **Grupo de Enfoque / *Focus Groups***

También conocida como entrevista de grupo, se usa para reunir información preliminar para un estudio de investigación o para reunir datos cualitativos relacionados. Algunas de las ventajas, son la facilidad re colección de datos y la profundidad de la información que puede obtenerse.

Entre las desventajas, están que la calidad de la información reunida depende de la habilidad del moderador al momento de las sesiones, y de que los grupos de control pueden complementar otra investigación. Sobre este tipo de investigación esta tesis encuentra su metodología por ello es que se hace una descripción más amplia del mismo.

3.2 Grupos de Enfoque *(Focus Groups)*

Esta estrategia de investigación, también conocida como entrevista de grupo, y sirve para entender las actitudes y el comportamiento del público (Wimmer y Dominick, 2001:119). De seis a doce personas son entrevistadas de manera simultánea con un moderador que los guía en una discusión que aparentemente no tiene relación con el tema central.

Lo sobresaliente de un grupo de enfoque es la discusión de grupo controlada, cuyo fin es reunir información preliminar para elaborar un proyecto de investigación, ayudar a desarrollar los puntos de un cuestionario para encuestas.

Y así, entender las razones de un fenómeno particular, ver cómo un grupo de personas interpreta cierto fenómeno o poner a prueba ideas o planes preliminares.

Por otra parte, los grupos de enfoque permiten a los investigadores reunir información preliminar sobre algún tema o fenómeno. Pueden usarse en los estudios piloto para detectar ideas que serán investigadas más adelante al utilizar otro método de investigación, como una encuesta telefónica u otra técnica cualitativa. (Wimmer y Dominick, 2001).

Un servicio que se especialice en reclutar grupos de enfoque puede, por lo regular, reunir a los participantes en un plazo de siete a diez días, según el tipo de participantes que se necesiten (Cooper, Potter & Dupagne, 2004).

Ahora bien, cuando los participantes son difíciles de reclutar o cuando el tema requiere de un moderador especialmente entrenado, el costo para elaborar un grupo de enfoque suele elevarse.

Sin embargo, el costo no es excesivo si los grupos brindan referencias valiosas para los siguientes estudios de investigación. Los grupos de enfoque usados en la investigación académica por supuesto tiene un costo mucho menor.

En cuanto a quienes integran los grupos de enfoque, se puede encontrar que, a los investigadores, les gusta trabajar con grupos de enfoque debido a la flexibilidad que esta técnica permite en la elaboración del diseño de las preguntas y en el seguimiento (Cook y Reichardt, 2006:119).

Por otra parte, un moderador, en un grupo de enfoque trabaja con una lista de preguntas generales así como de preguntas de sondeo más depuradas; en consecuencia, es más fácil dar seguimiento a los puntos importantes suscitados por los participantes del grupo.

La capacidad de aclarar las respuestas confusas de los sujetos hace valiosos a los grupos centrales en el proceso de la investigación. Los moderadores profesionales de los grupos de enfoque utilizan un procedimiento llamado “grupo de enfoque ampliado”, que se requiere que los participantes llenen un cuestionario antes de comenzar la sesión.

El cuestionario, el cual cubre el material que se analiza durante la sesión, obliga a los participantes a “comprometerse” con una respuesta o posición en particular antes de entrar al grupo.

Este compromiso elimina un problema potencial creado por la dinámica de grupo, sobre todo a la persona que no desea ofrecer una opinión ya que puede pertenecer a una minoría.

Finalmente, las respuestas de los grupos de enfoque con frecuencia son más completas y menos inhibidas que las obtenidas a través de entrevistas individuales.

Los comentarios de un participante tienden a estimular a los otros en la persecución de las líneas de pensamiento que pudieran no haber sido producidas en una situación con un solo individuo.

Con un moderador competente, la discusión puede tener un efecto de bola de nieve positivo, ya que un participante comenta sobre los puntos de vista de otro.

Un moderador entrenado también puede detectar las opiniones y las actitudes de aquellas personas que son menos expresivas, al advertir las expresiones faciales y otras conductas no verbales mientras los otros participantes están hablando.

La investigación en los grupos de enfoque no está libre de complicaciones; esta técnica está muy lejos de ser perfecta. Algunos de sus inconvenientes se examinan a continuación:

Un líder de grupo que se auto-impone, monopoliza la conversación e intenta imponer su opinión sobre los otros participantes domina en algunos grupos. Este tipo de personas por lo regular atrae el resentimiento de los otros integrantes y puede tener un efecto extremadamente adverso sobre el desempeño del grupo (Creswell, 2003). “El moderador necesita controlar este tipo de situaciones con mucho tacto antes de que se vuelvan incontrolables” (*Ídem,* 2003:54).

Un grupo de enfoque constituye una técnica de investigación inapropiada para reunir información cuantitativa. Si la cuantificación es importante, es un buen consejo suplir un grupo de enfoque con otras herramientas de investigación para permitir interrogantes más específicas que puedan ser tratadas en una muestra más representativa (Gibbs, 2002).

“Aquellos que no están familiarizados con la utilización de los grupos de enfoque suponen, que el método contesta las preguntas “cuánto” o “qué tanto” (Gibbs, 2002: 98).

De hecho, se pretende que la investigación en un grupo de enfoque recoja preferencias cualitativas para contestar preguntas como “por qué” o “cómo”. Sin embargo, muchas personas que aplican este tipo de estudios se desilusionan pues esperan encontrar números y porcentajes exactos.

Como ya se mencionó, los *focus groups* dependen en gran medida de las habilidades del moderador, quien debe saber cuándo hacer un sondeo para buscar más información, cuándo detener las discusiones entre los participantes sobre temas poco importantes y cuándo involucrarlos a todos en la discusión (Krueger, 2000).

Por último, las muestras de grupos de enfoque pequeños por lo regular se componen de voluntarios y no necesariamente representan a la población de la que provienen (Patton, Michael, 2002). El equipo de registro u otras características físicas de la locación puede inhibir la participación de las personas; y si a los participantes se les permite alejarse demasiado del tema que se estudia, la información que se produzca puede que no sea útil.

3.2.1 Metodología de los Grupos de Enfoque

Existen siete pasos básicos para utilizar esta técnica (Krueger, Richard. 2000:120-122).

1. Definir el problema. Este paso es similar al que presentan todos los tipos de investigación. Un problema bien definido se establece basándose en la investigación previa o sólo por curiosidad.

2. Seleccionar una muestra. Debido a que los grupos de enfoque son pequeños, los investigadores deben definir una audiencia reducida para el estudio. El tipo de muestra depende del propósito del grupo.

3. Determinar el número necesario de grupos. Para eliminar parte del problema de seleccionar un grupo representativo, se suele dirigir dos o más grupos de enfoque sobre el mismo tema.

4. Preparar la mecánica del estudio. Se constituye del reclutamiento de los participantes, reservación de las instalaciones en las que se pretende trabajar, y decidir el tipo de registro que se tendrá (audio, video o ambos).

5. Preparar los materiales para el grupo de enfoque. Un cuestionario (de selección) que el moderador debe tener previamente preparado, grabaciones o materiales a los que será expuesto los participantes del grupo focal, así como preguntas de discusión que el moderador debe llevar a cabo.

6. Dirigir la sesión. Los grupos de enfoque suelen llevarse a cabo en cualquier instalación, (siempre y cuando sea la adecuada), en la mayor parte de las situaciones se utiliza una sala de conferencias profesional, salones de hoteles o cualquier espacio idóneo para los objetivos del estudio.

7. Analizar la información y preparar un resumen. El resumen escrito de las entrevistas de un grupo de enfoque depende de las necesidades del estudio y la cantidad de tiempo y de dinero disponible. El moderador/investigador puede escribir una breve sinopsis de lo que se dijo y ofrecer una interpretación de las respuestas del sujeto.

Ahora bien, en cuanto al estudio *per se,* en este capítulo se presenta a fondo el análisis realizado a los usuarios y no usuarios de *facebook*, éstos comprendieron estudiantes universidades de Guadalajara, México.

Sin embargo, previo a la puntual descripción del estudio, se plantean algunos aspectos relacionados al internet desde un punto de vista de la comunicación humana, y por supuesto los aspectos más generales que engloban el portal de Internet *facebook.*

3.3 Análisis y Obtención de Datos

Como ya se ha mencionado para la elaboración de este estudio se optó por un análisis cualitativo, en específico, la aplicación de grupos de enfoque a usuarios y no usuarios de *facebook.*

Esta tesis, se basa en la teoría de “usos y gratificaciones”. A continuación se mencionan los “pasos”, o propiamente la metodología que se empleó para esta tesis.

La forma de trabajo consistió de manera exacta en la realización de tres *focus groups*, los cuales consistieron estuvieron integrados por diez integrantes cada uno.

Las edades promedio de los encuestados fueron de 20 a 25 años promedio (todos universitarios) y para cada sesión fueron empleados cinco hombres y cinco mujeres, lo cual sumaba los diez miembros de cada grupo.

Las sesiones de cada grupo fueron grabadas (con el consentimiento de los participantes) para obtener el testimonio "vivo" de los participantes y así, poder realizar el análisis adecuadamente sin olvidar los comentarios o ideas de los miembros de los *focus groups*.

Por otra parte, las sesiones fueron realizadas en casa de quien promueve dicho estudio (en este caso la mía). El reclutamiento para los candidatos y/o participantes fue de manera personal y en su mayoría fue hecha a conocidos y amigos que accedieron de forma inmediata a participar en este estudio.

Los grupos, como ya se mencionó fueron heterogéneos. El primer *focus group* estuvo integrado por personas catalogadas como: "Usuarios de *Facebook",* mientras que el segundo grupo estuvo conformado por los denominados: "No Usuarios de *Facebook".*

Para el tercer grupo se decidió utilizar a cinco participantes de cada sesión anterior, esto es, la elección (en base al alto nivel de participación) de tanto los hombres como mujeres para lograr una confrontación y debate de ideas en relación a los aspectos a favor y en contra del sitio *web: facebook.*

Por otra parte, para la realización del primer *focus group* "Usuarios", una vez reunidos a los participantes se les hizo una serie de preguntas (verbales) para conocer cómo es que están en contacto con este sitio de Internet.

En esta sesión, se quiso conocer la frecuencia con la que acceden a este portal, las razones por las que lo ocupan y visitan *facebook*, conocimiento *per se* de este sitio *web,* y sobre todo, la parte medular de este análisis, saber si los usos son equitativos a las gratificaciones que pueden recibir de esta página de Internet.

Como es sabido este estudio plantea algunas preguntas de investigación, las cuales fueron principalmente las que se desearon responder en este grupo focal estas son:

1. En el uso de portales de Internet referente a las comunidades sociales virtuales ¿Cómo *facebook* afecta las relaciones de convivencia?

2. ¿Cómo es que se expresan las relaciones de comunicación a través de este portal de Internet?

3. ¿Cómo se presenta el aspecto de los usos y gratificaciones entre usuarios y no usuarios de este portal?

4. Beneficios y aspectos negativos que se le encuentran en específico a *facebook.*

Para el segundo grupo focal: “No Usuarios” se desea conocer las razones opuestas al primer grupo focal, esto es; saber los porqués de no ocupar este sitio *web,* saber si conocen esta página de Internet.

Indagar si se tiene algún prejuicio negativo o en contra de sitios de Internet dedicados a la convivencia social virtual. En esta ocasión las preguntas de Investigación fueron las mismas que en el *focus group* de los “Usuarios”.

Por último, al haber aplicado los dos primeros grupos focales y tener las grabaciones de ambos (para su posterior análisis), se decide realizar un tercer grupo, (también es grabado), esto para “confrontar” a las personas de ambos *focus groups* y saber las razones y puntos de vista a favor y en contra del portal *facebook.*

Como ya se mencionó se tomaron en cuenta cinco elementos de cada sesión; esto en base al nivel de participación, curiosamente este tercer grupo quedó conformado por cinco hombres y cinco mujeres.

Es importante mencionar que todos los participantes al ser universitarios son de diversas carreras, pero todos estudiantes del Instituto Tecnológico de Monterrey Campus Guadalajara.

Por último se debe señalar que los grupos focales fueron realizados con 2 días de diferencia, esto debido a la calendarización de actividades tanto de organizador de los grupos focales como de los participantes, así pues la calendarización de los eventos estuvo distribuida de la siguiente manera.

Calendarización de Trabajo	
Fecha	Actividad
Martes 12 / Febrero / 2009	Primera Sesión con el grupo de: "Usuarios"
Miércoles 13 a Lunes 18 de Febrero 2009	Análisis y recolección de datos del primer grupo focal
Martes 19 / Febrero / 2009	Segunda Sesión con el grupo de: " No Usuarios"
Miércoles 20 a Lunes 18 de Febrero 2009	Análisis y recolección de datos del segundo grupo focal
Miércoles 27 / Febrero / 2009	Tercera Sesión con los miembros de ambos grupos focales
Jueves 28 Febrero a Lunes 2 de Marzo 2009	Análisis y recolección de datos del tercer grupo focal

Tabla 2.0. Elaboración propia.

Así pues, es como se decide y se opta por la realización de este análisis sobre el sitio de Internet: *facebook.* En el siguiente capítulo se presentan los aspectos teóricos que engloban a este proyecto. Teniendo como punto medular la comunicación productiva, la interpersonal y los aspecto más generalizados sobre el Internet.

3.4 Resultados del Estudio

A continuación se presentan los datos obtenidos a raíz del análisis elaborado a los grupos de enfoque. Se muestran los datos y resultados conforme a la elaboración de los grupos de enfoque.

3.5 *Focus Group:* "Usuarios"

Como primer punto se encontró que quienes conformaron esta sesión, son consumidores asiduos y muy frecuentes al sitio *web faceboook.* La percepción de los participantes, en general es que denominan a este sitio como un "chismógrafo virtual" en el que se puede conocer la vida de amigos y saber las actividades que realizan.

Del mismo modo, los participantes aseguran que la opción de *uploading* fotos, es un elemento clave para este sitio ya que es el éxito que lo caracteriza, esto, independientemente de las aplicaciones "extras" que tiene.

Del mismo los participantes (de esta sesión) aseguraron que son miembros de *facebook* por moda y porque sus amigos, conocidos y familiares lo son. Un dato que sobresale es que *facebook* es ocupado para que se esté en contacto con amigos que viven lejos, o en su defecto, para mantener contactar a quienes hace mucho no "ven" o saben de esa persona.

Otras de las generalidades encontradas entre los integrantes de este grupo focal es que la mayoría de los usuarios no escribe ni da a conocer datos personales por cuestiones de seguridad ya que aseguran que se presta a secuestros, y/o asaltos por parte de quienes sólo:

“están pendientes de qué datos pones para molestarte y buscan cómo hacerte algo” (Antonio M. Estudiante de Negocios Internacionales: 22 años. Febrero 2009).

Ahora bien, sobre este aspecto se debe mencionar que los datos y el perfil *per se* de los usuarios sólo puede ser observado por quienes pertenecen a la propia red de amigos, de lo contrario no se puede tener acceso ningún tipo de información.

Sin embargo, después del análisis se puede inferir que es un tanto obvio que quienes usan esta clase de portales de forma asidua les gusta ser “vistos” y por lo regular describen cada una de sus actividades, aunque no escriban datos personales.

Ahora bien, entre los datos arrojados de esta sesión se encontraron los siguientes*Para mayor precisión de datos consultar el apartado de anexos*:

1. El uso promedio que cada participante le destina a este sitio de Internet es de treinta a cuarenta minutos por día. Hay usuarios que suelen “entrar” a esta página hasta cinco veces al día.

2. Tanto hombres como mujeres aseguran que este sitio de Internet es básico para conocer gente y estar en contacto con quienes lo desean.

3. Los usuarios saben y conocen el uso de la página, las aplicaciones, la forma de “subir” fotos, el escribir mensajes, chatear, y demás funciones que este sitio *web* ofrece. Aproximadamente de un 100% que se puede conocer el uso de este portal los usuarios emplean el 95% del mismo.

4. En el afán de tener una red más amplia de amigos muchos usuarios agregan a personas que ni siquiera conocen. Cabe señalar que el uso de *facebook*, en este caso fue sustituido por otro portal similar llamado *Hi5.*

5. Los usuarios suelen subir fotos, comentarlas e incluso han llegado a tener problemas por cuestiones de mensajes escritos.

6. Algunos usuarios (no la mayoría) está mucho tiempo en el sitio y escribe mensajes e incluso chatea, pero no sube fotos).

7. *Facebook* es la Página de Internet a la cual se debe estar afiliado según los usuarios, ya que es “lo de hoy” y “es básica”.

Como se puede observar quienes utilizan el portal de Internet *Facebook* suelen conocer en su totalidad.

3.6 *Focus Group:* "No Usuarios"

Como segundo punto básico para este análisis se decide realizar un grupo de enfoque el cual estuvo comprendido por aquellas personas que no son usuarios de *facebook*, sin embargo el que no sean usuarios frecuentes no los exhibe de conocerlo y saber de su existencia.

Así pues, en este segundo *focus group* se pudieron encontrar aspectos que, en cierta manera, al conocer los resultados del primer grupo, éstos eran un tanto predecibles. Y es que los comentarios y las respuestas de los asistentes se centrarían en el poco "sentido lógico" que éstos le encuentran a sitios de Internet como *facebook.*

El comentario generalizado de quienes conformaron esta sesión fue que debido al poco interés y a las propias actividades de cada uno, usar o estar visitando esta página de Internet les era indiferente y no le encuentran ningún sentido lógico a subir fotos, comentar sucesos, o jugar juegos en línea a través de este portal.

Un tema que se decidió traer a discusión a esta sesión fue el de la seguridad y/o inseguridad en esta clase de sitios de Internet.

La idea globalizada de los “No Usuarios” es que no creen que por escribir los datos personales en un sitio de interacción social se presenten secuestros o robos, y que todo se deba a la paranoia y a los mensajes con esta clase de temáticas que se transmiten en los medios masivos.

Aquí se debe señalar que los participantes coincidieron que si los usuarios tuviesen tanto miedo de la inseguridad no pondrían los datos detallados de sus actividades ni subirían fotos para que los propios amigos sepan lo que hacen.

Indudablemente se llega a la idea de que los usuarios, en particular tienen un cierto agrado por el voyerismo al querer saber las acciones de quienes les rodean.

Por otra parte, este grupo coincidió en que este portal lo ocupan en su forma más básica, esto es, ver las fotos de sus amigos o de quienes les recomiendan (siempre y cuando estén en su red de contactos), de vez en cuando escriben en el muro, y no suben fotos, chatean ni mucho menos están al tanto de los servicios y aplicaciones que *facebook* tiene.

También, aseguraron que por lo regular la gente que acude asiduamente a estos sitios de relaciones virtuales sociales es por la falta de actividades y sobra de tiempo para el ocio.

Del mismo modo, afirmaron que el sostener toda una “vida” y forma de ser basada en portales de Internet denota falta de capacidad para interactuar de forma personal.

Al igual que en el primer grupo de enfoque, se cree pertinente mencionar los datos más significativos que en esta sesión se obtuvieron: **Para mayor precisión de datos consultar el apartado de anexos**.

1. Los miembros de este grupo aseguraron que suelen “entrar” a *facebook* con poca frecuencia y cuando lo hacen es sólo cuando reciben algún tipo de correo electrónico y/o invitación.

2. Un dato oportuno de mencionar es que la mayoría de los integrantes de esta sesión, sí ocupan el *software Windows Live Messenger* con frecuencia y emplean la acción del chat como medio de comunicación a distancia.

3. Los “No usuarios” aseguraron estar sorprendidos con el uso, auge y popularidad que *facebook* tiene entre los miembros que lo frecuentan día con día, y que no se imaginaban que pudiera ser todo un fenómeno.

4. Algunos integrantes de este grupo focal aseguraron que mediante eta clase de sitios de Internet se puede tener acceso a mucha información y datos relevantes sobre diversos aspectos de interés personal (conciertos, obras de teatro, etc.).

3.7 Focus Group: "Mixto"

Al unir a los participantes más activos de cada grupo focal, la discusión estuvo enfocada en dos tópicos principalmente, la seguridad/inseguridad que se presenta en *facebook* y el impacto a nivel masivo de comunicación que esta clase de portales se encuentra *Para mayor precisión de datos consultar el apartado de los anexos*.

Sobre el tema de inseguridad, los usuarios aseguraron que el dar a conocer los datos personales era un peligro latente y podían ser víctimas de alguna clase de delito. Los "No Usuarios" insistieron en que es contradictorio el que no se redacten datos personales si en las fotos se describen los detalles de las actividades, ya sea por ellos mismo o por algún miembro de la red de amigos.

En cuestiones de comunicación los miembros de esta tercer sesión acordaron que efectivamente esta clase de portales es el futuro de la comunicación; sin embargo estuvieron en desacuerdo en que si se es asiduo a *facebook* se entorpecen las relaciones interpersonales.

Muchos de los "Usuarios" aseguran que tienen gran cantidad de amigos por ser populares y que muchas veces no saben ni "a quien agregan".

Los “No usuarios” respondieron que ahí se encuentra la mayor contradicción en cuanto a la seguridad pues, por un lado tienen miedo de dar a conocer datos personales pero por otra parte agregan a su propia red de amigos a quienes no conocen.

Los estafadores de identidades que utilizan *facebook* u otra clase de sitios de convivencia social para conseguir información personal de los usuarios son gente que buscan molestar. Quienes conformaron el grupo de “Usuarios” en este grupo focal acordaron que la mejor forma de controlar la seguridad en *facebook* es a través de las siguientes consideraciones:

- *Profile/*Perfil: Aquí se controla quién puede ver el perfil de cada miembro.
- *Search/*Búsqueda: Permite decidir quién puede encontrarte.
- *News Feed & Mini-Feed:* Controla qué información se publica sobre las actividades de los usuarios.
- *Poke, Message & Request:* Controla qué información comparte con la gente con la que se pone en contacto.
- *Applications:* Controla a qué información pueden acceder y compartir las aplicaciones de *Facebook*.

Así pues, es que se llevaron a cabo los grupos focales, cada uno presentó sus discrepancias, discusiones y puntos de vista, pero todo fue de forma organizada. Los integrantes de cada una de las sesiones se mostraron cooperativos y se esperaba se obtuvieron los datos analizados.

En síntesis, y tomando en cuenta tanto los aspectos estudiados de forma personal y lo presentado en los grupos focales se considera importante mencionar algunos comentarios finales, estos en base a los factores de seguridad y comunicación de *facebook.*

Se deben cuidar los datos personales; dirección de residencia, el teléfono fijo y el celular pueden llegar a manos de desconocidos en *facebook* y otras redes relacionadas a la convivencia social.

No hay que incluir datos personales que permitan determinar los hábitos y rutinas que día a día se hacen.

Tomando en cuenta los resultados obtenidos es importante mencionar que la comunicación a través de los sitios de convivencia social es un fenómeno que no se puede detener y con lados presentados anteriormente se puede constatar que cada vez son más los usuarios de *facebook*.

Se debe señalar que también existen portales como www.lastfm.com, www.youtube.com y www.myspace.com, los cuales presentan algunas características similares, sin embargo de una u otra forma el uso específico que cada uno tiene es diferente.

Quienes son asiduos a *facebook* ven satisfechas sus necesidades al uso que le dan a este sitio *web* pues en esta página cuentan con todos los servicios y aplicaciones que esperan encontrar en un sitio destinado a la convivencia social virtual.

Por otra parte, se quiera o no, Internet llegó a nivel masivo y dispuesta a quedarse, y sus efectos están influyendo, de manera definitiva, alrededor de los usuarios de este medio. Y si en realidad actualmente el hombre es una consecuencia de su entorno, entonces es pertinente plantear el posible futuro de los mexicanos en relación al Internet.