

TENDENCIAS Y PROSPECTIVA DE LA INVESTIGACIÓN CUALITATIVA EN BIBLIOTECOLOGÍA Y ESTUDIOS DE LA INFORMACIÓN

Patricia Hernández Salazar
Coordinadora



Z669.8
T463

Tendencias y prospectiva de la investigación cualitativa en bibliotecología y estudios de la información / coordinadora Patricia Hernández Salazar. -- Primera edición. -- Ciudad de México : Universidad Nacional Autónoma de México, Instituto de Investigaciones Bibliotecológicas y de la Información, 2025.

xi, 274 páginas. -- (Uso de la información: procesos y medios)

ISBN: 978-607-587-160-8

1. Bibliotecología -- Métodos estadísticos. 2. Investigación cualitativa -- Tendencias. 3. Bibliotecología -- Investigación -- Estudio de casos. I. Hernández Salazar, Patricia, editor. II. Serie.

Diseño de portada: Liliana Calvo Armendáriz

Primera edición: febrero 2025

D. R. © UNIVERSIDAD NACIONAL

AUTÓNOMA DE MÉXICO

Instituto de Investigaciones Bibliotecológicas
y de la Información

Circuito Interior s/n, Torre II de Humanidades,
pisos 11, 12 y 13, Ciudad Universitaria, C. P. 04510,
Alcaldía Coyoacán, Ciudad de México

Esta edición y sus características son propiedad
de la Universidad Nacional Autónoma de México.
Prohibida la reproducción total o parcial por
cualquier medio sin la autorización escrita
del titular de los derechos patrimoniales.

ISBN: 978-607-587-160-8

Publicación dictaminada

Impreso y hecho en México

Tabla de contenido

Presentación	ix
 I. MODELOS TEÓRICOS Y METODOLÓGICOS	
Comunidades virtuales: un abordaje teórico-metodológico	3
Alejandro Mercado Celis	
La interacción como eje del estudio de las personas que usan sistemas de recuperación de la información	19
Ma. Guadalupe Vega Díaz	
El interaccionismo simbólico como una forma de interpretar la relación entre los adultos mayores y las tecnologías digitales .	37
Patricia Hernández Salazar	
Enfoque multidimensional y aproximaciones	53
Egbert J. Sánchez Vanderkast	
Configuración de la participación ciudadana en entornos bibliotecarios	67
Cristina Barrios-Martínez y Aurora Cuevas-Cerveró	
Métodos visuales en el análisis del comportamiento informacional	85
Jorge Espinoza Colón	
Metodología cualitativa en trabajos de investigación en bibliotecología y estudios de la información: un primer acercamiento	105
Adriana Mata Puente y Eduardo Oliva Cruz	

El estudio de caso como método de investigación cualitativa en Bibliotecología, Archivística y Documentación	119
Johann Pirela Morillo	

II. RECOLECCIÓN Y ANÁLISIS DE DATOS CUALITATIVOS

Teoría Fundamentada y recolección de datos	137
Selene Violeta Castillo Rojas	
Aproximaciones a la visualización de información en investigaciones cualitativas	149
Rodrigo Castaneyra Hernández	
Aspectos cualitativos que inciden en las encuestas de CinemaScore	169
Hugo Alberto Guadarrama Sánchez	
Relación entre usuarios de internet e índice de participación política en procesos democráticos directos en México	183
Alejandro Ramos Chávez	
Sistematización de la experiencia en la recolección, análisis y gestión de datos mixtos en un proyecto sobre el papel de la biblioteca en la socialización de resultados de investigación educativa con enfoque social	195
Joshua Haase, Alma Rivera, Brenda Contreras, Martha Castro y Mary Herrera	

III. ÉTICA DE LA INVESTIGACIÓN

La relación entre la hermenéutica analógica y los compromisos ontológicos en la ética de la investigación	217
Ariel Antonio Morán Reyes	
La brújula ética del investigador en el uso y tratamiento de datos cualitativos en contextos de diversidad	231
Araceli Mendieta Ramírez	
La ética en la investigación cualitativa: protegiendo a los participantes	249
Patricia Navarro Suástegui	
La protección de los sujetos indígenas en la investigación cualitativa de zonas rurales	263
Edith Bautista Flores	

Comunidades virtuales: un abordaje teórico-metodológico

ALEJANDRO MERCADO CELIS

Centro de Investigaciones sobre América del Norte, UNAM

INTRODUCCIÓN

El estudio de las comunidades virtuales ha emergido como un campo de investigación fundamental en la era de las redes sociodigitales, donde la formación de grupos de interés es uno de los fenómenos más extendidos. En este capítulo exploramos las bases teórico-metodológicas que sustentan el análisis de las comunidades virtuales. Examinaremos el concepto de comunidad, la definición de comunidad virtual y las características distintivas de estas comunidades en el entorno digital. Intentaremos perfilar cómo los estudios de la información han enriquecido el estudio de las comunidades virtuales y discutiremos posibles líneas de investigación.

El capítulo se estructura en el siguiente orden. Al inicio del texto presentamos algunos aspectos teórico-metodológicos sobre el estudio de las comunidades virtuales. El análisis de las comunidades virtuales requiere de una sólida base teórico-metodológica que permita comprender su naturaleza, dinámica y efectos en el ciberespacio. Estas comunidades, definidas por la interacción social en torno a intereses compartidos (específicos o difusos) en plataformas

digitales, demandan una perspectiva interdisciplinaria que abarque desde la sociología y los estudios culturales, hasta la comunicación y, por supuesto, los estudios de la información. En este contexto, indagar sobre la dinámica entre la teoría y la metodología es esencial para arrojar luz sobre las complejidades y particularidades de estas comunidades.

En la segunda parte del texto, tratamos el concepto de comunidad como la metáfora principal para el estudio de la interacción social virtual. La definición de “comunidad virtual” se establece como una agregación social donde los miembros interactúan en torno a un interés común, ya sea implícito o explícito (Kozinets 2010; Rheingold 2000). Sin embargo, la discusión sobre los conceptos de comunidad y de comunidad virtual requiere traer a cuenta diversos matices y complejidades, ya que las dinámicas en línea presentan particularidades que requieren un análisis cuidadoso. Las comunidades virtuales se caracterizan por su fluidez, diversidad y capacidad para trascender fronteras geográficas y limitantes temporales. Con base en estas características, Kozinets propone una tipología basada en la orientación de la comunidad y las relaciones personales que en ella se dan. Esta tipología nos parece útil en términos teóricos y metodológicos, proporciona un marco valioso para estudiar desde comunidades orientadas a actividades profesionales hasta aquellas que enfatizan la socialización como forma de entretenimiento en las redes sociodigitales.

En la tercera sección de este capítulo discutimos las aproximaciones teórico-metodológicas que se han hecho al estudio de las comunidades virtuales desde los estudios de la información. En particular, argumentamos que las comunidades virtuales informacionales se desarrollan en dos dimensiones clave: la búsqueda pragmática de información y el monitoreo de información. Estas dos dimensiones informativas desempeñan un papel esencial en la construcción y el funcionamiento de estas comunidades en línea, y su análisis proporciona una perspectiva metodológica para comprender su dinámica y su impacto en la sociedad contemporánea. Cerramos este capítulo sugiriendo algunas áreas de investigación de las comunidades virtuales desde los estudios de la información.

NOTAS TEÓRICO-METODOLÓGICAS SOBRE EL ESTUDIO DE LAS COMUNIDADES VIRTUALES

La noción de “comunidad” ha evolucionado en el contexto de la era digital, dando lugar a la emergencia y desarrollo del concepto de comunidades virtuales. Estas comunidades representan una forma única de interacción social en la que los individuos se conectan y participan en torno a intereses compartidos a través de medios virtuales. En esta sección, exploramos la definición y características de las comunidades virtuales, haciendo especial hincapié en su relación con la cultura digital.

Una comunidad virtual puede ser conceptualizada como una agregación social en la que sus miembros se conectan a través de un medio virtual y participan en interacciones basadas en un objetivo compartido. Esta definición implica la existencia de normas, ya sean implícitas o explícitas, que guían las interacciones dentro de la comunidad. Rheingold (2000) y Porter (2004) han contribuido a esta definición al resaltar la importancia de la interacción continua entre los participantes, la autoidentificación de los individuos como miembros de la comunidad y el sentido de reciprocidad que se desarrolla a través del contacto repetido. En otras palabras, una comunidad virtual es un espacio donde los individuos se reúnen en línea, establecen relaciones y comparten ideas, información y conocimiento en función de un asunto común.

No obstante lo anterior, el concepto *comunidad* es problemático en tanto trae a la mente representaciones de grupos sociales íntima y densamente vinculados en espacios geográficos constreñidos. La pregunta metodológica es si podemos o no llamar comunidad a los grupos que se forman en los espacios digitales. El trabajo de Nancy K. Baym (2010) sustenta el uso del término comunidad en el espacio virtual. Esta autora ha identificado cinco características que son compartidas tanto por las comunidades “reales” como por las virtuales. En primer lugar, al igual que en las comunidades reales, en los sitios virtuales existe una sensación de proximidad espacial, a pesar de que los miembros puedan estar dispersos geográficamente. En segundo lugar, las comunidades virtuales comparten prácticas y

actividades que fortalecen los lazos entre los miembros. En tercer lugar, se comparten recursos y apoyos que pueden variar desde el intercambio de información hasta el apoyo emocional. La cuarta característica es la identidad compartida, donde los miembros se reconocen mutuamente como parte de la misma comunidad. Por último, las relaciones interpersonales, fundamentales en cualquier comunidad, también están presentes en las comunidades virtuales. A pesar de estas similitudes con las comunidades “reales”, Baym enfatiza que las comunidades virtuales poseen rasgos distintivos, especialmente en relación con la cultura digital. La cultura digital se refiere a las normas, prácticas y comportamientos que surgen en el entorno en línea. Estas normas son específicas de la interacción en plataformas digitales y dan forma a las prácticas comunicativas de los individuos, y a las maneras en que se relacionan y comparten información en el ciberespacio. Dentro de las comunidades virtuales, los miembros se adhieren a una cultura digital propia, que está influenciada por las posibilidades y restricciones que ofrecen el diseño y los recursos que ofrecen las plataformas.

Kozinets se aleja de una conceptualización dicotómica entre grupos que pueden ser o no designados como “comunidad” al proponer que la formación de grupos en espacios virtuales se da con características diversas. Así Kozinets (2015) propone incluir los conceptos de fluidez y densidad comunitaria y, a partir de ellos, sugiere una tipología de comunidades virtuales. Desde esta perspectiva, una comunidad cultural, en su forma más fluida, puede ser concebida como un conjunto de proyectos y trayectorias individuales en evolución. Aquí, la noción de comunidad va más allá de los límites tradicionales, encajando con la idea de que las comunidades virtuales se forman en torno a intereses y objetivos compartidos y que estos pueden ser eventuales o permanentes. La densidad comunitaria, por su parte, abarca grados que van desde lo consocial hasta lo social. Entendiendo lo consocial como asociaciones instrumentales y eventuales, mientras que la socialización implica relaciones cercanas y duraderas (Amit y Rapport 2002, citado en Kozinets 2015).

En contraste con las comunidades tradicionales que pueden estar definidas por su localización geográfica o por identidades homogeneizadoras como las creencias religiosas, las comunidades virtuales son buscadas por los individuos, su anexión es voluntaria y no son simplemente adoptadas por inercia, cercanía geográfica o presión social. La propuesta de Kozinets subraya la fragmentación, proliferación y deslocalización de las comunidades en línea. Los grupos en los medios sociales son diversos, abarcando desde plataformas de entretenimiento hasta nichos especializados, y desde intereses específicos hasta necesidades idiosincráticas.

La tipología de comunidades virtuales propuesta por Kozinets (2015) se basa en dos dimensiones clave: la orientación de la comunidad y el tipo de relaciones personales presentes. En términos de orientación, una comunidad puede estar enfocada en una actividad específica o carecer de un interés común. Las relaciones personales pueden variar desde intensas y profundas hasta superficiales e insignificantes. La combinación de estas dimensiones da lugar a cuatro tipos de comunidades virtuales (ver diagrama en Kozinets 2015, 34):

1. **Emprendimientos Sociales Organizacionales:** Estas comunidades tienen una orientación clara hacia una actividad específica, y las relaciones entre los miembros son significativas y personales.
2. **Expresiones Sociales Compartidas:** Estas comunidades también están enfocadas en una actividad específica, pero las relaciones entre los miembros son superficiales y de relativa insignificancia.
3. **Experiencias Sociales de Enjambre:** En este caso, no hay un interés o actividad específica, pero las relaciones entre los miembros son personales y significativas.
4. **Entusiasmo por la Socialización en las Redes Sociodigitales:** Estas comunidades no se centran en un tema o interés específico, y las relaciones entre los participantes son superficiales y relativamente insignificantes.

La conceptualización de Kozinets (2015) sobre las comunidades virtuales como conjuntos fluidos de proyectos de vida compartidos proporciona una perspectiva dinámica y contemporánea de estas interacciones en línea. Su tipología aporta claridad en la comprensión de la diversidad y la fluidez de las comunidades virtuales, así como en la variedad de relaciones personales que pueden existir en estos espacios digitales.

Dejando a un lado la discusión sobre los tipos de comunidades, debemos ahora enfocarnos en uno de los riesgos de las agrupaciones “espontáneas” en la red que me parecen más relevantes. Los grupos de interés virtuales se forman, en principio, buscando información que provenga de pares con el mismo interés. Se busca que la información sea producto de la experiencia y el *expertise* acumulado, que emane del gusto por alguna actividad, por un compromiso adquirido a voluntad propia. En este sentido, se busca información como “regalo” y no información proporcionada bajo un interés económico. El concepto de “información como regalo” en las comunidades virtuales, debe ser explorado a partir de la división entre el intercambio social y el intercambio comercial, y la tensión que, entre estas dos lógicas, trae a la estructura y dinámica de estas comunidades.

Marina Gorbis (2013) destaca la distinción entre las lógicas de pertenencia, cordialidad y compartir, en contraposición a las lógicas de los mercados y las transacciones económicas. De acuerdo con esta autora, la esfera digital ha inaugurado una economía emergente que se fundamenta en las relaciones sociales, permitiendo que los individuos colaboren para crear y compartir conocimiento, servicios e inclusive productos. Esto establece una alternativa a instituciones como las empresas o gobiernos, que a menudo no pueden o no desean proporcionar tales recursos o que pueden suscitar dudas sobre sus verdaderas intenciones (intereses comerciales, políticos, ideológicos).

En este contexto, la división entre los dominios del intercambio social y comercial se convierte en una consideración crucial. La disrupción de esta separación puede generar tensiones significativas. Dentro de las comunidades virtuales, existe un contrato

implícito o explícito que mantiene las relaciones de mercado a distancia o a las afueras de los confines de estas comunidades. La penetración de prácticas comerciales en un espacio diseñado para el intercambio social puede erosionar la confianza y la autenticidad que caracterizan a muchas de estas comunidades. Es así que la introducción de prácticas comerciales en comunidades virtuales puede dar lugar a conflictos internos. Por un lado, la inclusión de intereses comerciales puede alterar el flujo natural de intercambio social, haciendo que los miembros sean más cautelosos acerca de la información que comparten o las interacciones en las que participan. Por otro lado, la presencia de intereses comerciales puede minar la cohesión y la identidad compartida que define a muchas comunidades virtuales, llevando a una fragmentación de la comunidad o incluso a su desaparición.

En resumen, el concepto de Gorbis de “información como regalo” en las comunidades virtuales subraya la importancia que las comunidades virtuales le dan a compartir información y conocimiento sin un interés económico. La intersección de estas dos esferas puede dar lugar a tensiones que comprometen la autenticidad y el propósito de las comunidades virtuales. El entendimiento de esta dinámica es decisiva para preservar su esencia.

Pasemos a revisar brevemente algunos aspectos cruciales en relación con los rasgos teórico-metodológicos que demanda la investigación sobre comunidades virtuales. Los aspectos a considerar en investigaciones de comunidades virtuales de acuerdo a Quan-Haase *et al.* (2017) son los siguientes: a) La diversidad de plataformas sociales: Las plataformas de medios sociales constituyen una “caja de herramientas” para los individuos y grupos virtuales, quienes hacen uso de múltiples plataformas para interactuar. Esta multiplicidad de plataformas tiene un impacto directo en las dinámicas de las comunidades virtuales, y su análisis requiere una comprensión integral de cómo estas plataformas se entrelazan, o, dicho de otra manera, cómo los individuos entrelazan su vida virtual en diversas plataformas. b) Brecha entre lo *online* y lo *offline*: Las interacciones en medios sociales no existen en un vacío aislado, sino que están interconectadas con la vida diaria fuera del ámbito digital.

Las relaciones entre lo *online* y lo *offline* se influyen mutuamente, y es esencial capturar estas interacciones bidireccionales en las investigaciones. c) Orientación disciplinaria y diversidad teórica: El estudio de las comunidades virtuales se nutre de diversas disciplinas y marcos teóricos. Estos enfoques multidisciplinarios a menudo generan metodologías específicas para abordar el objeto de estudio, lo que enfatiza la necesidad de considerar y adaptar enfoques según la orientación disciplinaria de cada investigación.

Las preguntas de investigación planteadas por McCay-Peet y Quan-Haase (2017) proporcionan un marco estructurado para abordar los aspectos de las comunidades virtuales. En primer lugar, la “Presentación y manejo de la reputación”: aquí, los autores proponen explorar cómo los individuos gestionan su imagen en línea y mantienen una reputación en las comunidades virtuales, reflexionando sobre cómo esta construcción de identidad afecta sus interacciones. En segunda instancia, está la “Acción y participación en el espacio virtual”: la propuesta en esta dimensión es investigar las actividades y participación de los individuos dentro de los grupos o espacios virtuales, analizando las dinámicas de interacción y la diversidad de roles que pueden desempeñar. Un tercer aspecto son los “Motivos para participar”: aquí los autores proponen indagar en los motivos que impulsan la participación en comunidades virtuales, desentrañando las recompensas emocionales, sociales o funcionales que los individuos esperan obtener. El cuarto aspecto es el “Contexto social *offline*”: el planteamiento es examinar cómo el contexto social fuera del espacio virtual influye en las interacciones en línea, identificando las formas en que los significados y las recompensas son moldeados por experiencias *offline*. Finalmente, el quinto elemento son las “Características y posibilidades de las plataformas”: la propuesta es analizar las plataformas como herramientas que enmarcan la interacción social, destacando la adaptación constante y la apropiación por parte de los usuarios.

En resumen, la investigación en comunidades virtuales debe considerar la diversidad de plataformas, la interconexión entre lo *online* y lo *offline*, y la variedad de marcos teóricos que contribuyen a su comprensión. Las preguntas de investigación proporcionadas por

los autores citados enriquecen la exploración de las dinámicas sociales en medios sociales y comunidades virtuales, facilitando la comprensión de su evolución y relevancia en la sociedad actual.

CAMPO DE LA INFORMACIÓN Y LAS COMUNIDADES VIRTUALES

En nuestro trabajo de investigación hemos partido de la siguiente hipótesis: Las comunidades virtuales pueden constituirse en mecanismos de coordinación informacional estratégicos cuando éstas se dan en sectores profesionales de alta flexibilidad laboral, organización por proyecto y en contextos locales con obstáculos para la interacción social presencial (Mercado-Celis 2023).

La alta flexibilidad laboral se da en sectores profesionales en los que predomina el trabajo *free lance* o independiente, así como en entornos de organización por proyecto, donde los equipos de trabajo se configuran por un tiempo definido, y donde cada trabajador, una vez terminado el trabajo, debe volver a buscar otro proyecto con otro equipo de trabajo. La información que estos contextos laborales requieren va de la información sobre posibles contratos para un nuevo proyecto a la promoción personal, el intercambio de experiencias y conocimientos, la constante actualización, la construcción de reputación, entre otros.

Este tipo de espacio laboral, para funcionar adecuadamente, requiere espacios de información reales y virtuales para el encuentro social. Por espacios reales me refiero a lo que se conoce como *information grounds* o lugares informacionales. Los *information grounds* son entornos sociales temporales que permiten a las personas reunirse con un propósito único, en los cuales el flujo de información fomenta el intercambio espontáneo y fortuito de información, o lo que se conoce como “serendipia informacional” (Pettigrew 1997, citado en Talip *et al.* 2016, 89). A la definición anterior hay que añadir que, como han sido definidos, los *information grounds* se dan en espacios físicos delimitados, tales como una clínica, un restaurante, un café o cafetería de una empresa, etc. Los *information grounds* en el ciberespacio reproducen este efecto de reunirse en un lugar e intercambiar información en serendipia.

Tradicionalmente, las comunidades laborales a las que me he referido han ocupado espacios de encuentro social cara a cara para mantenerse presentes y escuchar la información que circula entre la comunidad laboral a la que se pertenece. Los encuentros cara a cara son acompañados por encuentros virtuales; estos facilitan el acceso y amplían los efectos difusores de las conversaciones. Con la entrada de las plataformas de redes sociodigitales, la posibilidad de crear comunidades virtuales se convirtió en un recurso clave en este contexto. Los *information grounds* en línea permiten a profesionales de todo el mundo conectarse, pero en particular permiten a comunidades que participan en ecologías de proyectos localizadas –una ciudad, una región–, compartir información y conocimientos, y colaborar en proyectos de manera eficiente (Ellison *et al.* 2007). A través de plataformas en línea, foros de discusión y redes sociales, los miembros de estas comunidades pueden superar las barreras geográficas y temporales para la interacción.

La hipótesis de trabajo que propuse al inicio de esta sección sugiere que las comunidades virtuales pueden no sólo facilitar la coordinación informacional, sino también desempeñar un papel estratégico en este proceso. En los espacios virtuales construidos por comunidades de práctica, los participantes de la ecología de proyectos pueden acceder a una amplia gama de conocimientos y experiencias que no estarían disponibles de forma codificada en otros medios. Pensamos que la hipótesis propuesta plantea preguntas interesantes que merecen mayor indagación. Posibles preguntas de investigación con esta orientación pueden ser: ¿cómo influyen las comunidades virtuales en la coordinación informacional de proyectos en sectores altamente flexibles?; ¿qué factores contribuyen al éxito de estas comunidades en la gestión de información estratégica?; ¿cómo se comparan los resultados en contextos locales con barreras para la interacción social presencial?; y ¿cómo se filtra o evalúa la pertinencia de la información vertida en estas comunidades virtuales?

Pensamos que una aproximación metodológica a este tipo de preguntas debe partir de la propuesta de Fisher y Burnett. Fisher, sin referirse al espacio virtual, enfatiza que las comunidades de información son grupos de organizaciones e individuos que comparten

algo en común y buscan compartir información relevante para sus intereses, y en donde los *information grounds* son entornos sociales informales donde las personas acceden a información mientras participan en otras actividades de socialización (Fisher y Bishop 2015). Burnett, por su parte, destaca que las comunidades virtuales poseen un potencial sustancial para respaldar una diversidad de actividades vinculadas con la obtención, provisión e intercambio de información. Estas actividades no sólo abarcan la esfera de la socialización y otros tipos de interacción, sino que también engloban la amplia gama de procesos relacionados con la búsqueda y gestión de información (Burnett 2000; Burnett y Buerkle 2004).

Las comunidades virtuales informacionales se despliegan en dos dimensiones informativas: “búsqueda pragmática de información” y “monitoreo de información”. Veamos primero la búsqueda de información pragmática. Esta dimensión busca la localización de respuestas concretas a necesidades puntuales de información, frecuentemente materializadas en preguntas específicas (Burnett 2000). Por su parte, Fisher argumenta que la creación de comunidades digitales ha incrementado el acceso a información enfocada a intereses comunes informacionales. En su estudio encuentra cinco características en la comunicación efectiva de información en estas comunidades: 1) énfasis en la colaboración entre diversos proveedores de información; 2) capacidad de moldearse a las necesidades de las personas para acceder y utilizar la información; 3) capacidad para explotar las cualidades de intercambio de información de las tecnologías emergentes; 4) capacidad para trascender las barreras a la información; y 5) capacidad para fomentar la conexión social (Fisher y Bishop 2015). Otros estudios sobre comunidades virtuales con intereses informativos específicos, como en el caso de los migrantes del sector salud en Canadá y EUA, han mostrado que:

En estos foros se incluyen solicitar interacciones de orientación y aclaraciones sobre el sistema norteamericano, compartir experiencias e historias, expresar reacciones viscerales o afectivas, ofrecer opiniones y negociar las normas y la etiqueta del foro. El contenido de las publicaciones gira principalmente en torno a cuestiones

relacionadas con el proceso de inmigración, la certificación y la empleabilidad. Otras cuestiones identificadas pueden agruparse en tres categorías: preparación para la información, información como apoyo y prácticas informativas. (Nadia *et al.* 2014, 118)

En cuanto al monitoreo de información, hay que destacar que, en esta dimensión informacional, se lleva a cabo la supervisión de un “entorno informativo” con el fin de recibir cualquier dato que pueda estar vinculado a los intereses actuales de la comunidad, orientando así la búsqueda de información de manera proactiva. Savolainen (2009) define la construcción de *information grounds*, “enfaticando la copresencia de un grupo de personas como una oportunidad para buscar y encontrar información de forma accidental o inesperada (serendipia)” (Savolainen, 2009, 38).

La literatura que ha tocado el tema de los *information grounds* ha destacado el papel de la copresencia espacial para el monitoreo y el acceso accidental o inesperado de información útil. Pero debemos dar un peso similar a los espacios virtuales que al igual que los físicos permiten que “emerjan atmósferas que fomentan el compartir y buscar información de forma espontánea e inesperada” (Savolainen 2009, 41). En este sentido, “un entorno digital da una sensación de lugar y propósito, permitiendo la interacción del usuario con una variedad de objetos de información. Pueden ser sistemas de búsqueda de información, sistemas de trabajo colaborativo, redes sociales, bibliotecas digitales o cualquier aplicación de tareas laborales. Prácticamente, cualquier espacio digital interactivo brinda oportunidades para interacciones potencialmente fortuitas” (McCay-Peet y Toms 2018, 33).

Otro componente interesante sobre las comunidades virtuales y los espacios físicos como *information grounds* es que, para el individuo que participa en ellos, estos se convierten en una forma de “capital informacional”, entendido como “la capacidad de un individuo para acceder a la información basada en la extensión de sus entornos informativos, y los niveles de capital social y alfabetización informacional” (Counts y Fisher 2010, 98). La investigación en plataformas sociodigitales ha puntualizado que:

El enfoque de *information grounds* revela los siguientes roles de Facebook [...]: (a) un conector que permite que las personas con necesidades e intereses similares se reúnan, y moldea sus interacciones; (b) un requisito previo para construir un ‘tercer lugar’ en línea para las interacciones sociales; y (c) un aparato para, en serendipia, buscar, compartir y almacenar información en múltiples formatos y controlar su flujo. (Potnis *et al.* 2022, 1)

También se ha encontrado que comunidades de profesionales en Twitter (ahora llamado X) entienden sus interacciones en esta plataforma como un espacio en línea para el intercambio de información. Para estos profesionales, Twitter representa un espacio genuino donde se reúnen y relacionan con otros, pero que va más allá de ser simplemente un lugar para buscar y compartir información (Hersberger *et al.* 2007).

CONCLUSIONES

En este capítulo hemos expuesto una visión de los estudios de las comunidades virtuales desde una perspectiva informacional. Hemos enfatizado la necesidad de adoptar un enfoque interdisciplinario que abarque la sociología, los estudios culturales, la comunicación y los estudios de la información para analizar adecuadamente las complejidades y particularidades de las comunidades virtuales. La conceptualización de las comunidades virtuales debe partir de una definición que permita incorporar diversos grados de densidad comunitaria, incluyendo siempre el rasgo de fluidez, diversidad y trascendencia geográfica y temporal.

Este texto pone de relieve el papel fundamental de las comunidades virtuales como *information grounds* en el contexto de sectores profesionales caracterizados por alta flexibilidad laboral y organización por proyectos, así como en entornos locales con limitaciones para la interacción social presencial. Los espacios de encuentro, tanto en su versión física como virtual, actúan como puntos de reunión donde los individuos comparten espontáneamente información relevante que satisface en alguna medida

sus intereses comunes. Hemos subrayado la capacidad de estas comunidades virtuales para facilitar la colaboración, el acceso a conocimientos diversos de forma asincrónica. Resaltamos también el concepto de “información como un regalo” en las comunidades virtuales, presentado por Marina Gorbis, y cómo la división entre las lógicas de intercambio social y comercial puede generar tensiones significativas en estas comunidades. Éste es un aspecto crítico, ya que el sentimiento de comunidad emerge al existir un contexto de autenticidad y transparencia en los motivos de participación.

Finalmente, abordamos algunos aspectos de la investigación en comunidades virtuales, como la diversidad de plataformas, la interconexión entre lo *online* y lo *offline*, y la importancia de considerar una variedad de marcos teóricos y enfoques disciplinarios. Las preguntas de investigación proporcionadas por diversos autores ofrecen un marco estructurado para abordar aspectos clave en el estudio de las comunidades virtuales. En conjunto, este texto subraya la complejidad y la riqueza de este campo de investigación en constante evolución en la era digital.

REFERENCIAS

- Amit, Vered y Nigel Rapport. 2002. *The Trouble with Community. Anthropological Reflections on Movement, Identity and Collectivity*. Londres: Pluto Press.
- Baym, Nancy K. 2010. *Personal Connections in the Digital Age*. Nueva Jersey: John Wiley & Sons.
- Burnett, Gary. 2000. “Information Exchange in Virtual Communities: A Typology”. En *Information Research* 5 (4): 1-23.
- Burnett, G. y Harry Buerkle. 2004. “Information Exchange in Virtual Communities: A Comparative Study”. En *Journal of Computer-Mediated Communication* 9 (2). <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2004.tb00286.x>.
- Caidi, Nadia, Anita Komlodi, Aline Lima Abrao y Aqueasha Martin-Hammond. 2014. “Collectively Figuring it Out: Foreign-Trained Health Professionals and Labor

- Market Integration”. En *Library and Information Science Research E-Journal* 24 (2): 118-131. <https://doi.org/10.32655/libres.2014.2.5>.
- Counts, Scott y Karen E. Fisher. 2010. “Mobile Social Networking as Information Ground: A Case Study”. En *Library & Information Science Research* 32 (2): 98-115. <https://doi.org/10.1016/j.lisr.2009.10.003>.
- Ellison, Nicole B., Charles Steinfield y Cliff Lampe. 2007. “The Benefits of Facebook ‘Friends’: Social Capital and College Students’ Use of Online Social Network Sites”. En *Journal of Computer-Mediated Communication* 12 (4): 1143-1168. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2007.00367.x>.
- Fisher, Karen E. y Ann P. Bishop. 2015. “Information Communities: Defining the Focus of Information Service”. En *Information Services Today: An Introduction*, editado por Sandra Hirsh. EUA: Rowman & Littlefield.
- Gorbis, Marina. 2013. *The Nature of the Future. Dispatches from the Socialstructured World*. Free Press.
- Hersberger, Julia A., Adam L. Murray y Kevin S. Rioux. 2007. “Examining Information Exchange and Virtual Communities: An Emergent Framework”. En *Online Information Review* 31 (2): 135-147. <https://doi.org/10.1108/14684520710747194>.
- Kozinets, Robert V. 2010. *Netnography: Doing Ethnographic Research Online*. SAGE Publications.
- Kozinets, R. V. 2015. *Netnography: Redefined*. SAGE Publications.
- McCay-Peet, Lori y Anabel Quan-Haase. 2017. “What is Social Media and What Questions Can Social Media Research Help Us Answer?”. En *The SAGE Handbook of Social Media Research Methods*, editado por Luke Sloan y A. Quan-Haase. SAGE Publications.
- McCay-Peet, L. y Elaine G. Toms. 2018. *Researching Serendipity in Digital Information Environments*. De la serie *Synthesis Lectures on Information Concepts*,

- Retrieval, and Services*, editada por Gary Marchionini. Springer Nature Switzerland AG. <https://doi.org/10.1007/978-3-031-02312-5>.
- Mercado-Celis, Alejandro. 2023. "Industrias culturales y comunidades virtuales. El caso del sector audiovisual en las ciudades fronterizas de Tijuana-San Diego". En *Comunidades virtuales en las industrias culturales de Norteamérica*, editado por A. Mercado-Celis. CISAN-UNAM.
- Porter, Constance Elise. 2004. "A Typology of Virtual Communities: A Multi-Disciplinary Foundation for Future Research". En *Journal of Computer-Mediated Communication* 10 (1): 1-34. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2004.tb00228.x>.
- Potnis, Devendra, Macy Halladay y Sarah-Elizabeth Jones. 2022. "Consequences of Information Exchanges of Vulnerable Women on Facebook: An 'Information Grounds' Study Informing Value Co-creation and ICT4D Research". En *Journal of the Association for Information Science and Technology* 72 (12): 1365-1383. <https://doi.org/10.1002/asi.24708>.
- Quan-Haase, Anabel y Luke Sloan. 2017. "Introduction to the Handbook of Social Media Research Methods: Goals, Challenges and Innovations". En *The SAGE Handbook of Social Media Research Methods*, editado por L. Sloan y A. Quan-Haase. SAGE Publications.
- Rheingold, Howard. 2000. *The Virtual Community: Finding Connection in a Computerized World*. The MIT Press. <https://doi.org/10.7551/mitpress/7105.001.0001>.
- Savolainen, Reijo. 2009. "Small World and Information Grounds as Contexts of Information Seeking and Sharing". En *Library & Information Science Research* 31 (1): 38-45. <https://doi.org/10.1016/j.lisr.2008.10.007>.
- Talip, Bazilah A., Bhuva Narayan, Sylvia L. Edwards y Jason Watson. 2016. "Digital Ethnography as a Way to Explore Information Grounds on Twitter". En *Qualitative and Quantitative Methods in Libraries* 5 (1): 89-105.

Tendencias y prospectiva de la investigación cualitativa en bibliotecología y estudios de la información. Instituto de Investigaciones Bibliotecológicas y de la Información / UNAM. La edición consta de 100 ejemplares. Coordinación editorial: Sergio J. Sepúlveda H. y Angélica Valenzuela. Revisión especializada y formación editorial: Ojiva Comunicación y Diseño S. A. de C. V. Corrección de pruebas: Carlos Ceballos Sosa y Marcos Emilio Bustos Flores. Fue impreso en papel cultural de 90 g en los talleres de Migal Impresiones Digitales S. A. de C. V. 3.^{er} Anillo de Circunvalación 73, colonia Barrio Santa Bárbara, Alcaldía Iztapalapa, C. P. 09000, Ciudad de México. Se terminó de imprimir en febrero de 2025.