

# Desafíos éticos en el estudio de comunidades digitales: una propuesta basada en un caso empírico

## Ethical challenges within the study of digital communities: a proposal based on an empirical case

*Desafíos éticos no estudo das comunidades digitais: uma proposta baseada em um caso empírico*

**Ignacio López Escarcena**, Pontificia Universidad Católica de Chile, Santiago, Chile  
([islopez@uc.cl](mailto:islopez@uc.cl))

**RESUMEN** | Este artículo busca aplicar a un caso empírico algunas de las principales preocupaciones éticas para investigadores con respecto al estudio de comunidades en la comunicación digital. En ese sentido, una consideración esencial se relaciona con las acciones que pueden resguardar a los participantes que comentan públicamente en línea de sufrir daño cuando se utilizan los contenidos generados por los usuarios para estudios académicos. Con esto en mente, se toma como caso empírico un estudio sobre tres plataformas en línea, en las que sus integrantes discuten acerca de cine. Por medio de una metodología que plantea aplicar un *disfraz leve* a la hora de divulgar los resultados, este artículo busca resaltar la importancia de modificar los nombres de los usuarios, más allá de las características de la plataforma en cuestión. Si bien es necesario considerar que la comunicación digital supone evaluar cada investigación desde un punto de vista ético, alterar los datos de los participantes ayuda a resguardar a quienes compartieron contenido sin tener presente que este material pudiera ser analizado en un estudio académico.

**PALABRAS CLAVE:** comunicación digital; ética; comunidades en línea; investigación en Internet.

### FORMA DE CITAR

López Escarcena, I. (2021). Desafíos éticos en el estudio de comunidades digitales: una propuesta basada en un caso empírico. *Cuadernos.info*, (49), 239-259. <https://doi.org/10.7764/cdi.49.27911>

---

**ABSTRACT** | *This article seeks to apply to an empirical case some of the main ethical concerns for researchers concerning the study of communities within digital communication. In this regard, an essential consideration is related to the actions that may safeguard the participants who publicly comment online from suffering harm when the content generated by users is utilized for academic studies. With this in mind, we used a study about three online platforms where its users discuss about cinema as an empirical case. Through a methodology that posits to apply a light disguise when divulging the results, this article seeks to stress the importance of modifying the names of the users, regardless of the characteristics of the platform. Although it is necessary to consider that digital communication supposes a case-by-case evaluation of every research, altering the data of the participants helps to safeguard those who shared content without thinking that this material could be used in an academic study.*

**KEYWORDS:** *digital communication; ethics; online communities; Internet research.*

---

**RESUMO** | Este artigo visa aplicar a um caso empírico algumas das principais preocupações éticas dos pesquisadores no que diz respeito ao estudo das comunidades na comunicação digital. Nesse sentido, uma consideração essencial se refere às ações que podem proteger os participantes que fazem comentários publicamente online de serem prejudicados quando o conteúdo gerado pelo usuário é usado para estudos acadêmicos. Com isso na mente, um estudo é tomado como caso empírico em três plataformas online onde seus membros discutem cinema. Por meio de uma metodologia que propõe a aplicação de um ‘disfarce leve’ na divulgação dos resultados, este artigo busca destacar a importância de modificar os nomes dos usuários, além das características da plataforma em questão. Embora seja necessário ter em mente que a comunicação digital envolve a avaliação de cada pesquisa do ponto de vista ético, alterar os dados dos participantes ajuda a proteger aqueles que compartilharam o conteúdo sem levar em conta que esse material poderia ser analisado em uma investigação acadêmica.

**PALAVRAS CHAVE:** comunicação digital; ética; comunidades online; pesquisa na internet.

## INTRODUCCIÓN

Entre las ramificaciones éticas asociadas a la investigación académica, los estudios sobre comunicación digital suponen un desafío considerable. Como han planteado académicos y académicas de esta área (Nissenbaum, 2011), Internet genera una disrupción de los límites entre lo público y lo privado de una variedad, y a una escala, sin precedentes. A esto se suma que no hay una regla de oro que se pueda seguir para cada análisis; al contrario, las decisiones que deben tomarse desde una perspectiva ética dependen de las diversas características de los sitios web (Kantanen & Manninen, 2016).

En este artículo se realiza una revisión bibliográfica sobre los desafíos éticos de resguardar las identidades públicas en las plataformas digitales, para luego aplicar las decisiones adoptadas a un caso empírico que abarca a tres comunidades en línea sobre cine: The Internet Movie Database (IMDb), Netflix Latinoamérica y HiFiChile<sup>1</sup>. Utilizando uno de los cuatro niveles de *disfraz* que presenta Bruckman (2002), *el disfraz leve*, se propone modificar información sobre los y las participantes para así resguardar su bienestar, pese a que los temas que se discuten en estas plataformas no son los que tienden a considerarse delicados y que, por lo mismo, hacen más necesario tomar estas precauciones. Lo que se argumenta aquí es que, aunque el tópico en cuestión —el cine— no implique la complejidad que sí activan las creencias políticas, religiosas, etc., (Angouri & Tseliga, 2010; Page, Barton, Unger, & Zappavigna, 2014), es recomendable proteger a los y las participantes de todos modos. De esta forma, la pregunta de investigación que se buscó responder apunta a las precauciones que los investigadores de un estudio sobre comentarios en línea pueden tomar para no causar daño a los participantes de esa investigación.

Con este artículo se busca contribuir al debate sobre la ética de investigación en el caso de estudios de plataformas digitales en las que usuarios crean sus propios contenidos. Aunque estas consideraciones han sido destacadas por académicos en Estados Unidos y Europa, por ejemplo, el debate en torno a este tema aún está en una etapa más bien incipiente en nuestra región.

## MARCO TEÓRICO

Markham y Baym (2009) resumen en cuatro aspectos las transformaciones que Internet trajo a nuestra época: convergencia medial, identidades mediadas,

---

1. Los foros de discusión de IMDb fueron cerrados en 2017 y Netflix desactivó la opción de escribir reseñas en 2018, pero la recolección de los datos, como se puede leer en la sección centrada en el caso empírico, fue realizada antes de eso.

redefinición de los límites sociales y trascendencia de las fronteras geográficas. Spinda (2017) advierte dos dilemas, ya directamente centrados en la ética de la comunicación y la tecnología: si el contenido en línea podría causar daño a quienes lo compartieron y cuál sería una razonable expectativa de privacidad al tratarse de las interacciones en Internet. Todos estos elementos suponen disrupciones, que obligan a repensar constantemente en la academia cómo investigar comunidades digitales incluso hasta ahora, décadas después de la masificación de la web. De hecho, como plantean Eberwein y Porlezza (2016), el vínculo de la comunicación y la ética con las comunidades se ha vuelto más importante desde el advenimiento de Internet. Fuchs (2020) va más allá: basándose en el trabajo de MacIntyre (2007), sostiene que un concepto que se remonta al pensamiento aristotélico como la virtud supone el establecimiento de la buena vida no solo para el individuo, sino para el colectivo, y que eso incluye a la interacción virtual. La posibilidad de participar, de construir comunidades en línea permite incluso a los usuarios producir *User Generated Content* (UGC), es decir contribuciones (escritas o audiovisuales) creadas por participantes no profesionales, quienes pueden compartir este material gracias a la visibilidad y replicación que ofrecen las plataformas digitales (Malthouse, Calder, Kim, & Vandenbosch, 2016; Naab & Sehl, 2016; Pletikosa & Michahelles, 2013).

La complicación para quienes se dediquen a investigar la comunicación digital es que varios de los preceptos más bien tradicionales de la ética en la academia fueron pensados para contextos cara a cara u *offline*. Como grafican Page y sus colegas (2014), ciertas preguntas-tipo de los formularios que deben llenar quienes piden permiso de un comité ético para llevar a cabo su análisis —por ejemplo, “¿Causará esta investigación dolor en algún momento en alguno de los participantes?”— difícilmente se van a aplicar a investigaciones sobre redes sociales. Si bien hay una multiplicidad de factores a considerar, y poca certeza a nivel general sobre qué hacer ante cada duda, existe un principio general de las responsabilidades de quien investiga que puede sonar simple, pero cuya aplicación es compleja: evitar hacerse daño a uno mismo y a los otros (Page et al., 2014).

Este daño puede ser mental, económico o social, además de ocurrir en distintos momentos de la investigación, incluidas la recolección de los datos y la publicación de los resultados (Kantanen & Manninen, 2016). En su trabajo, Rosenberg (2010) también destaca la importancia de no causar daño a los y las participantes y a la sociedad en general, pero menciona otro objetivo, en el que nos centraremos más adelante: comprender dónde está el límite entre lo privado y lo público ayuda, precisamente, a no herir a quienes analicemos.

## Las aguas turbulentas y el área gris

Una de las principales razones que permiten entender por qué este reto es complejo es que no hay un organismo, institución o manual al que se pueda acudir para zanjar asuntos o clarificar inquietudes. La necesidad de adaptarse a los desafíos que implica Internet ha sido destacada, por ejemplo, en un área de las comunicaciones como el periodismo (Díaz-Campo & Segado-Boj, 2015; Ward, 2005, 2014). Desde una perspectiva netamente académica, lo más cercano a una institución internacional es el *Ethics Working Committee de la Association of Internet Researchers* (AoIR), pero si bien este propone ciertas orientaciones, no ofrece normativas que puedan ser aplicadas a cada proyecto de investigación. Debido a esto, las decisiones éticas deben tomarse caso a caso (franzke, Bechman, Zimmer, & Ess, 2020). La ausencia de un set de recomendaciones causa, entonces, lo que Vásquez ha descrito como el desafío de navegar “las aguas turbulentas” (2014, p. 19) de la investigación ética en un contexto relativamente nuevo y cambiante como el digital. De una manera similar, Kytölä llama a estos espacios “un área gris” (2013, p. 69) y Kantanen y Manninen (2016) aportan a esta discusión al describir los límites éticos propios de investigar comunidades digitales como brumosos. Investigadoras como Rosenberg (2010) y de Abreu (2014) resaltan hasta qué punto quienes investiguen sobre Internet deben llevar a cabo un trabajo que implica límites difusos; dentro de esas distinciones, una muy recurrente es aquella entre lo público y lo privado.

## Lo público y lo privado

Para Kantanen y Manninen (2016), la pregunta sobre qué es público y qué es privado obedece a la facilidad con la que las redes sociales nos permiten acceder a todo tipo de contenido, una postura similar a la de Garcia, Standlee, Bechkoff y Cui (2009), quienes enfatizan que el efecto borroso entre lo público y lo privado producido por Internet abre preguntas éticas sobre acceso a datos y técnicas para proteger la privacidad y la confidencialidad.

Pero, en términos específicos, ¿qué sería lo público en línea? Rosenberg (2010) lo resume en dos escenarios: aquel material públicamente accesible y lo que sea percibido como tal por los participantes. En el primer caso, esto involucra contenido que pueda ser visto por cualquier persona con una conexión a Internet; en el segundo, se contempla la posibilidad de que, por mucho que el material esté disponible para todo usuario, la audiencia general (incluida la comunidad académica) puede no haber sido para quien se posteó originalmente, sino para un grupo específico de usuarios y usuarias. Como concluye Rosenberg, muchas investigaciones requieren de una negociación entre estas dos opciones, pese a que parece haber un énfasis creciente en perspectivas participativas, es decir, aquellas

que consideran las expectativas de los usuarios en términos de qué es público y cuál podría ser su audiencia<sup>2</sup>.

Si recurrimos a ejemplos, algunos académicos y académicas efectivamente argumentan que la naturaleza de sus datos es pública debido a su carácter universalmente accesible (Vásquez, 2014), lo que les permite no pedir consentimiento informado. De manera aún más tajante, Herring (1996) sostiene que las personas que participan en un foro de acceso abierto deben entender que, al hacerlo, están renunciando a su privacidad, ya que eso implica que sus publicaciones no solo son accesibles, sino copiables. De-Matteis (2014) introduce una problemática sobre lo anterior: los datos pueden ser públicos, en el sentido de que se puede acceder con facilidad a ellos, pero eso no exime al investigador de proteger a personas que terminan siendo objeto de estudio, muchas veces sin siquiera saberlo. A eso se suma que los usuarios pueden no tener claro cómo restringir el acceso a sus datos personales y que muchos no leen los Términos y condiciones (De Abreu, 2014).

Pasando a lo que los y las participantes podrían considerar privado, el tema que se discuta en un sitio específico puede darnos pistas sobre cómo proceder. Sanders (2005) argumenta a favor de la observación no-participativa como una postura menos controversial que analizar citas directas sin el consentimiento de los participantes, principalmente porque su foco son comunidades que cobran dinero por ofrecer relaciones sexuales y que hablan al respecto en Internet. En la vereda opuesta, Angouri y Tseliga (2010) analizan citas textuales sin haber requerido permiso para hacerlo. Su raciocinio es que los tópicos discutidos en los dos foros en línea que analizaron son la educación y asuntos contingentes de la sociedad, pero no temas personales o delicados (como el abuso sexual, por ejemplo) que puedan causar preocupaciones éticas. En ese sentido, algunos asuntos que tienden a caer en la categoría universal de temas delicados desde un punto de vista ético son “salud, sexualidad o tópicos ideológicamente controversiales como creencias religiosas o políticas” (Page et al., 2014, p. 72).

Otro punto preponderante a la hora de distinguir entre lo público y lo privado apunta al tipo de plataforma. Así, el material disponible en espacios como foros o cualquier tipo de página fácilmente accesible puede considerarse de dominio público, en contraste con interacciones privadas como mensajes de texto o cadenas de correo electrónico (Androutsopoulos, 2008). De una manera similar, Angouri y Tseliga (2010) consideran a los dos foros que analizaron públicamente disponibles;

---

2. Rosenberg (2010) reconoce que su síntesis es una simplificación de la diferencia entre estas dos concepciones de lo público. Esto, de todas formas, no impide que sea un resumen efectivo de lo que distingue a ambas posiciones.

si bien contactaron a los moderadores de ambas plataformas, lo hicieron con la intención de explorar otras investigaciones en esos sitios. Lo que complica más la tensión entre medios digitales y el binomio de lo público/privado es que los medios digitales son percibidos como una amenaza para la privacidad, debido a la manera radical con la que alteraron los flujos de información personal, desde las bases de datos corporativas de la década de 1960 a las cámaras de seguridad y redes sociales de la presente época (Nissenbaum, 2011).

Esta configuración de lo público, en todo caso, no es lo único que la tecnología obliga a replantearnos, según Baym y boyd (2012): los medios digitales también difuminan los límites del concepto de audiencia y alteran lo que implica participar en distintos contextos considerados públicos. Una de las maneras en que la audiencia se ha repensado a partir de Internet puede observarse a través de conceptos como colapso del contexto, referido a cómo la comunicación digital aplanar múltiples audiencias y las convierte en una sola (Marwick & boyd, 2010). En esa misma línea, Baym y boyd (2012) plantean que las audiencias pueden ser imaginadas o visibles. En el primer caso, esto involucra a las personas que va a tener en mente quien sea que postee algo en línea (familia, amigos, seguidores, participantes de una misma comunidad, etc.). En el segundo caso, la audiencia que efectivamente responde a un posteo específico, y que puede incluir a personas desconocidas para quien escribió la publicación original.

El colapso del contexto puede ser un desafío para cualquier persona que escribe o graba contenido que luego comparte digitalmente, en la medida en la que no puede tener una idea completamente clara de quién terminará leyéndolo, viéndolo o escuchándolo, pero también representa un reto desde un punto de vista ético para investigadores e investigadoras. Como afirma Georgakopoulou (2016), el colapso del contexto supone una multiplicidad de roles, donde tenemos participantes que pueden ser al mismo tiempo receptores de mensajes y —muchas veces de manera simultánea— creadores de contenido. Si bien esta variedad de roles resulta interesante académicamente, también implica incertidumbre tanto para usuarios como investigadores, en términos de cómo participar, en el primer caso, y cómo estudiar esas diversas formas de participación, en el segundo.

Lo central de esta relación entre lo público y lo privado en espacios en línea es que lo público pasa a ser más visible que en espacios no mediados, mientras que la naturaleza de la privacidad y de la experiencia personal también se alteran (Baym & boyd, 2012). Sin embargo, además de las complicaciones que conllevan estos límites difusos entre lo público y lo privado, un dilema que surge para investigadores e investigadoras en términos prácticos responde a si es necesario, y factible, pedirle permiso a los y las participantes para usar sus publicaciones en una investigación.

## Consentimiento informado

Probablemente no sorprenderá a nadie que en este tema tampoco haya consenso. Kozinets (2010), por ejemplo, asegura que las acciones asincrónicas —esto es, recopilar datos de material que queda registrado en línea versus las sincrónicas, que no quedan almacenadas, como algunos chats en tiempo real— no requieren pedir consentimiento para ser utilizadas. Él mismo agrega, eso sí, que puede ser necesario tomar resguardos al difundir datos asincrónicos, como cambiar sus nombres o seudónimos, especialmente cuando los participantes pueden estar sujetos a algún tipo de daño tras la vulneración de su privacidad (Kozinets, Dolbec, & Earley, 2014). Una complicación adicional es la que menciona Deller (2018): tanto para la investigación en línea como para contextos presenciales que involucran temas como la infancia o la muerte, obtener consentimiento puede ser complejo.

Kantanen y Manninen (2016) reflexionan sobre hasta qué punto podríamos considerar lo que las personas postean en plataformas digitales como un ejercicio similar a quienes escriben en las *Cartas al director* de cualquier diario, vale decir, contribuciones que hacen sabiendo que se harán públicas para el resto de los lectores. En otras palabras, puede que algunos participantes posteen en espacios públicos, pero concibiendo a esa plataforma específica como algo íntimo debido a las características de la comunidad en cuestión. Compartir algo en línea, entonces, implica poner ideas y palabras en un espacio común, pero con un entendimiento de ese espacio y esa audiencia que no va a incluir necesariamente la recontextualización de ese contenido en artículos académicos, presentaciones de la misma índole, etc. (Deller, 2018).

Algo que puede ayudar a esclarecer estas interrogantes sobre el consentimiento es considerar la metodología que se emplee. El consentimiento informado es requerido siempre y cuando la persona que investiga realice entrevistas (Kantanen & Manninen, 2016), por lo que una aproximación que solo se base en el material escrito por los usuarios y usuarias podría no requerir solicitar esta aprobación. Willis (2017) propone dos condiciones que permitirían prescindir del consentimiento informado: si los datos son públicos y si son solamente textuales.

### La opción del disfraz leve

Un último aspecto clave es qué hacer al dar a conocer los resultados de nuestra investigación: ¿Podemos usar los nombres o sobrenombres de usuarios y usuarias? Kozinets (2010), citando a William Shakespeare, pero con una modificación, plantea que la disyuntiva respecto de revelar o no la identidad de nuestros participantes al analizar los datos se resume así: “Nombrar o no nombrar, esa es la cuestión” (p. 144).

Aquí también hay distintas perspectivas. Autores como Androutsopoulos (2014) y De-Matteis (2014) enfatizan la importancia de anonimizar a quienes hayan sido parte de los datos que luego se estudiarán, un resguardo que supone evitar cualquier información sobre su identidad y cualquier pista que pueda llevar a que sean identificados o identificadas. Un potencial problema, eso sí, que advierte Zimmer (2010), es que cambiar los nombres de los usuarios en el caso de plataformas como Facebook, no elimina la información asociada a esos perfiles (raza, datos geográficos, etc.).

Si bien es esencial tener presentes los efectos negativos de ser muy laxos con los aspectos éticos de la comunicación digital —como ya fue señalado, por ejemplo, la posibilidad de que se identifique a participantes que discutieron temas considerados delicados en un contexto distinto a la divulgación académica de resultados de un estudio—, si se toma una postura demasiado estricta, esto puede causar que no podamos difundir los datos a cabalidad. Por ejemplo, si el foco de nuestro estudio son las publicaciones mismas, decidir no mostrarlas nos dejaría con poco margen de acción analítico. Al respecto, Bruckman (2002) propone una clasificación de cuatro niveles de *disfraces*, esto es, hasta qué punto ciertos detalles de los resultados serán modificados o no: sin disfraz, disfraz leve, disfraz moderado y disfraz intenso. El primero implica no cambiar nada de los resultados, mientras que el último supone modificar todos los detalles y no utilizar citas en directo. En el caso del disfraz leve, se puede usar el nombre real de la comunidad en línea; se cambian las formas de identificación personal de los usuarios y usuarias (nombres, género, edad, etc.); las citas textuales están permitidas, y cualquier detalle que pueda causar daño a estos miembros no puede incluirse. Finalmente, disfraz moderado termina siendo una alternativa un tanto confusa. Lo único que explica Bruckman al respecto es que toma criterios de las opciones leve y moderada, pero no profundiza realmente en términos de en qué consiste. Es, a falta de mayor precisión, una propuesta intermedia entre disfraz leve y disfraz intenso.

Considerando las preocupaciones y conceptos aquí desarrollados, la pregunta de investigación de este estudio fue: ¿Qué precauciones pueden tomar los investigadores de un estudio sobre comentarios en línea para no causarle daño a los participantes al divulgar sus resultados?

Siguiendo, entonces, el énfasis que la teoría pone en considerar estos desafíos dependiendo del estudio en específico, a continuación se entregarán los detalles de un caso particular, para luego profundizar en las ramificaciones éticas del estudio.

## EL CASO EMPÍRICO

### Datos

El caso empírico por medio del cual se busca profundizar en los desafíos éticos en el análisis de comunidades digitales corresponde a una tesis doctoral (López Escarcena, 2018), que se enfocó en la construcción discursiva de la identidad de expertos de los usuarios de tres plataformas: IMDb, Netflix Latinoamérica y HiFi Chile. Este artículo toma los datos de esa tesis doctoral y profundiza en las decisiones éticas que se tomaron, incluyendo la opción del disfraz leve para divulgar los resultados.

A continuación, se proporcionará una descripción de los sitios, además de la sección específica de cada uno en la que se enfocó la tesis doctoral.

IMDb fue lanzado en 1990 como una lista de créditos sobre cine y televisión, aunque fue recién tres años más tarde que su creador, Col Needham, la adaptó a las características de la naciente World Wide Web. Con el pasar de los años, IMDb pasó de ser simplemente una base de datos a incluir la posibilidad de que sus usuarios y usuarias discutieran no solo sobre el formato audiovisual, sino sobre una amplia gama de temas. En 1998, IMDb fue comprada por Amazon; los recursos que la segunda inyectó en la primera permitieron un rediseño completo del sitio. En diciembre de 2020, IMDb contaba con cerca de 75 millones de usuarios registrados. Alrededor de 30% proviene de Estados Unidos, 7% del Reino Unido, 4% de Japón, 3% de Canadá, 3% de China, 3% de Alemania, 3% de Australia, 2% de Suecia, Francia, España, Holanda, Noruega, Grecia e Italia, y el resto de los países bordea o está debajo de 1%. Como su nombre lo indica, sus usuarios tienen la posibilidad de construir comunidades y discutir sobre cine, pero también sobre televisión, música, etc.

En el caso de Netflix, irrumpió en 1997, como un servicio de suscripción en línea de *streaming* para cine y televisión. Fue fundado por Marc Randolph y Reed Hastings. Desde 1999, ofreció la posibilidad de arrendar películas y series, aunque esa iniciativa duró solamente algunos meses. La posibilidad de ver contenido por medio de *streaming* tomó fuerza en 2007. La compañía lanzó su primera serie en 2013, *House of Cards*, la cual fue seguida por otras producciones del mismo formato y también por filmes. Netflix está disponible en cerca de 200 países, incluyendo Italia, Francia, Bélgica, Estados Unidos, Reino Unido, Egipto, Israel, Jamaica, Grecia, Suiza, etc. En el caso de Netflix Latinoamérica, la cual, al igual que todas las otras zonas, cuenta con su propio contenido abarca a Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, Ecuador, México, Paraguay, Perú, Uruguay y Venezuela. Actualmente, tiene alrededor de 150 millones de suscripciones pagadas en todo el mundo.

A diferencia de lo que ocurre con IMDb y Netflix, no hay mucha información disponible sobre HiFi Chile. Fue lanzada en agosto de 2010 por un grupo de usuarios que hasta ahora ocupan el rótulo de miembro fundador en sus perfiles. Como puede adivinarse a partir del nombre del sitio, la razón de ser de HiFi Chile es proporcionar un espacio para conversar sobre, e incluso vender, equipos de tecnología de sonido como parlantes, audífonos, amplificadores, etc. Pese a esto, además de temas de discusión como Hometheater y Multicanal, hay otros como Música, Sociales y Cine y TV.

Mientras que IMDb y HiFi Chile son foros de discusión, debido a cómo su diseño facilita las interacciones entre participantes, Netflix es más bien una plataforma donde pueden postearse reseñas individuales. Los usuarios tienen la posibilidad de reaccionar a las contribuciones del resto y expresar si les parecieron útiles, pero no existe la opción Responder. Otro aspecto que une a IMDb y HiFi Chile, clave en lo que concierne a la ética, es que ambos sitios son públicos, en el sentido de que cualquier persona con una conexión a Internet puede acceder a estas evaluaciones sin siquiera iniciar sesión. Aunque el hecho de que sean públicos, como han señalado los autores ya mencionados, podría no implicar un problema para los investigadores en términos de acceso al material, persiste la duda sobre cómo presentar esos datos dentro del análisis. La disyuntiva ética que esto supone apunta a preguntarse si podemos mostrar los resultados con toda la información disponible en línea (nombre de usuario, foto, etc.) o si es necesario alterarla, de manera de resguardar a los sujetos del estudio. Netflix, por su parte, requiere que uno sea suscriptor —lo que implica pagar una cuota mensual— para acceder a su contenido, que incluye no solo películas y series, sino también las evaluaciones en cuestión.

Los tres sitios comparten categorías —de discusión, en el caso de IMDb y HiFi Chile— y de tipos de películas y series —Netflix—, donde el tiempo juega un rol. Así, IMDb incluye la conversación semanal *Which films did you see last week* y HiFi Chile, una de nombre bastante similar: ¿Qué películas viste recientemente? En el caso de Netflix, la distribución temática responde en general a los géneros de las cintas y series o a otras características de los filmes como, por ejemplo, cuándo fueron agregadas a la plataforma: en esta última instancia, Recientemente agregadas comparte con las ya mencionadas discusiones de IMDb y HiFi Chile esta noción de lo ocurrido (o visto) hace poco. Es por esto que, para esta investigación, se analizaron posteos de *Which films did you see last week* (IMDb), Qué películas viste recientemente (HiFi Chile) y Recientemente agregadas (Netflix). La recopilación de datos se realizó el segundo semestre de 2015, lo que dio un total de 1800 publicaciones. La razón por la que el proceso se realizó en esa fecha fue porque permite analizar la toma de decisión del investigador en cuanto a disyuntivas y procedimientos de resguardo de la identidad de participantes de comunidades digitales.

## Métodos

Para analizar estas plataformas, se utilizó la lingüística de corpus y el análisis narrativo. Como se explicará más adelante, cada una supone consideraciones distintas a la hora de resguardar la identidad de los participantes y es ahí donde la alternativa del disfraz leve cobra relevancia. A continuación, se explicará brevemente en qué consiste cada método y luego se explicitará cómo se relacionan con la precaución de resguardar las identidades de los usuarios.

La lingüística de corpus ganó popularidad con el advenimiento de los computadores personales en la década de 1990. Un corpus, básicamente, es un cuerpo de texto o, de manera más específica, “una (usualmente) colección muy grande de lenguaje que ocurre naturalmente, almacenado en archivos computacionales” (Baker, 2010, p. 6). Un factor importante dentro de la lingüística de corpus es la necesidad de comparar el corpus que uno construya con otro más grande, que se conoce como corpus de referencia. Esta comparación inevitablemente nos lleva al concepto de palabra clave, la cual “ocurre con una frecuencia inusualmente alta en un texto determinado” (Scott, 1997, p. 236) cuando se le compara con un corpus de referencia<sup>3</sup>.

La ventaja de adoptar un paradigma centrado en el corpus según autores como Tognini-Bonelli (2001) apunta a que este permite, primero, identificar patrones léxicos como las mencionadas palabras clave, para luego dar pie a otras opciones como líneas de concordancia, vale decir, mostrar el contexto en el que cada uno de estos términos (o una selección de ellos) se utilizó. De hecho, la práctica de establecer líneas de concordancia ha sido descrita como la dimensión cualitativa de la lingüística de corpus (Ensslin & Johnson, 2006).

Otro factor que considerar fue la necesidad de contar no solo un corpus de referencia en inglés —generalmente, más fácil de hallar—, sino también uno en español. La que apareció como mejor opción fue la página web *Sketch Engine*, al ofrecer la posibilidad de comparar los corpus construidos por investigadores con otros de referencia en distintos idiomas, incluido el español. Fue así como se terminó optando por *American Spanish Web 2011 (esamTenTen11, Freeling v4)*, que consiste en

---

3. Si bien una posibilidad que ofrece la lingüística de corpus es obtener listas de frecuencia —vale decir, qué palabras o frases aparecen en mayor cantidad—, en este artículo se optó por priorizar, debido al espacio disponible, aquellos términos que, según un cálculo estadístico, poseen una frecuencia inusual luego de ser comparados con un corpus de referencia. Esto se debe en parte a que las listas de frecuencia puras generalmente arrojan resultados esperables (en este caso, palabras frecuentes como película).

casi siete billones de palabras e incluye datos de Argentina, Chile, Colombia, México, Perú, Uruguay, Cuba, etc., y también *English Web 2013 (enTenTen13)*, que contiene alrededor de 19 billones de palabras.

El análisis narrativo se basa en el denominado análisis de pequeñas historias. Esta perspectiva metodológica (Bamberg, 2004, 2006; Bamberg & Georgakopoulou, 2008; Georgakopoulou, 2006b, 2007) toma una serie de actividades narrativas subrepresentadas, como historias sobre eventos en desarrollo, de eventos futuros o hipotéticos, eventos compartidos, alusiones a narraciones previas e incluso instancias donde se rechaza contar algo (De Fina & Georgakopoulou, 2012).

Al enfocarse en ese tipo de historias, el análisis de pequeñas historias rompe con concepciones previas del análisis narrativo, especialmente el influyente trabajo de Labov y Waleztky (1967) y el de Labov (1972). Este enfoque se relacionaba con las denominadas historias grandes, es decir, aquellas que poseen un solo narrador, con un principio, mitad y final claros, y que generalmente responden a eventos significativos en la vida de una persona. El análisis de pequeñas historias, por el contrario, se concentra en aquellas que emergen en conversaciones cotidianas. En estas hay una coconstrucción a partir de múltiples narradores y narradoras, quienes pueden participar si están familiarizados con los eventos en cuestión. No constituyen grandes eventos en las vidas de las personas, sino narraciones tan cotidianas como un chisme. Muchas veces son fragmentadas, sin un principio, mitad y final claros, lo cual se relaciona con el hecho de que pueden ser contadas por distintas personas, sin un orden estricto.

Georgakopoulou (2007) identifica distintas categorías de pequeñas historias: historias que aún no se cuentan, *breaking news*, proyecciones e historias compartidas. En el caso de este estudio, el tipo de narraciones que se observaron fue el de historias compartidas: es gracias al conocimiento en común que los y las participantes tienen de películas en específico que son capaces de coconstruir historias sobre sus experiencias del momento en que las vieron.

Una última consideración en términos metodológicos nos trae de vuelta a la ética, específicamente, al resguardo de los participantes y de cómo divulgar los datos para no revelar su identidad. En el caso de la lingüística de corpus, la manera de presentar el análisis incluye solamente el texto (vale decir, las publicaciones de los participantes). En este caso, por lo tanto, no hay necesidad de decidir si se modifican los nombres de usuario o no. Donde sí hay que considerar este cambio es en la aplicación del análisis de pequeñas historias. La importancia de identificar a los y las participantes en este contexto cobra fuerza especialmente cuando se examinan coconstrucciones de historias, en las que es pertinente distinguir quién comienza una narrativa, quién contribuye después, si es que la persona que dio inicio a la historia vuelve a retomarla y

cuándo, etc. Por ello, la necesidad de modificar los aspectos que permitirían identificar a los participantes aquí es más notoria que en el método anterior.

Al mencionar el uso de nombres, no nos referimos a los nombres o seudónimos que aparecen en los posts originales, sino a los que fueron modificados por el investigador, recurriendo a la clasificación de Bruckman (2002). El sin disfraz no se utilizó, ya que entregar toda la información disponible sobre las personas no protege su identidad, sino que produce el efecto contrario. Si vamos al lado opuesto del espectro, disfraz intenso termina siendo una alternativa demasiado extrema, sobre todo al no permitir utilizar citas en directo, esenciales para un proyecto que analiza cómo ciertos recursos discursivos permitían a quienes postean en estos sitios coconstruir su identidad como personas expertas en cine. En cuanto al disfraz moderado, Bruckman (2002) no explica con suficiente precisión qué conlleva esta posibilidad. Debido a esto, la opción seleccionada fue disfraz leve, por tres razones principales: ayuda a proteger la identidad de las personas por medio de la modificación de sus nombres, permite incluir citas textuales de, en este caso, las publicaciones que compartieron y, al tratarse de cine, no pertenece a los tópicos identificados como de alto riesgo en el marco teórico.

## **DISCUSIÓN**

Debido al foco de este artículo —los desafíos éticos que conlleva investigar comunidades digitales—, la discusión estará centrada en las decisiones que fueron tomadas para no causar daño a los participantes.

Uno de estos retos tuvo que ver con el ya descrito difuso límite entre lo público y lo privado, más aún si se considera que a dos de las plataformas —IMDb y HiFi Chile— podría entrar cualquier persona, sin siquiera tener que estar registrada, mientras que a la otra —Netflix— solamente tenían la posibilidad de hacerlo quienes pagaran por este servicio. La contraparte ahí es que este último sitio es el más anónimo: mientras que los usuarios y usuarias de IMDb y HiFi Chile deben incluir un nombre en su perfil, ya sea real o ficticio, los y las participantes de Netflix no pueden incluir ningún tipo de información personal. La participación anónima en Netflix hace imposible rastrear información personal sobre quiénes postearon ahí, pues no se les pide incluir ningún dato de esa índole. De todas formas, sí fue necesario tomar medidas de precaución para los otros dos espacios, específicamente, modificar los nombres y sobrenombres, según el siguiente criterio: mantener la primera letra de su nombre o sobrenombre, pero alterar el resto. Además, se mantuvo un registro de cada nombre nuevo que se iba asignando a estas personas, con dos objetivos: para que no hubiera repeticiones entre los usuarios y para usar siempre el mismo rótulo para los participantes específicos, en el caso de que más de un posteo suyo fuera analizado.

1	Me gustó, <b>es</b> tierna, <b>predecible</b> pero linda. Los personajes son un tanto
2	La trama <b>es</b> sencilla y aunque <b>predecible</b> vale la pena. Las actuaciones son
3	dejan mucho que desear, la historia <b>es predecible</b> que con solo ver 10 minutos te
4	Es un buen guion porque no <b>es predecible</b> . Además , el actor está guapísimo y
5	que perdieron su tiempo, que <b>es predecible</b> , etc. La película es buena para recostarse
6	Hay quienes dicen que <b>es predecible</b> , pero para nada...
7	y disfruté mucho la película. Sí <b>es predecible</b> , pero qué comedia romántica no lo es?
8	<b>Es</b> totalmente <b>predecible</b> y las actuaciones de los pibes
9	No solo la películas <b>es</b> totalmente <b>predecible</b> y cliché, sino que también es

**Figura 1. Líneas de concordancia para *predecible* en Netflix**

Otro punto que se consideró fue la posibilidad de solicitar consentimiento informado. Netflix, por su información anónima, impide contactar a cualquier participante. Debido a esto, se optó por no pedir consentimiento informado en los otros dos sitios. También se consideró resguardar la privacidad de los y las participantes al difundir los resultados de la investigación. Para graficar esto, es útil mostrar algunos datos específicos de la investigación.

Como fue mencionado en la sección de datos y métodos, la lingüística de corpus solamente consiste en presentar los textos obtenidos como parte de la muestra, no así los nombres o seudónimos de los usuarios (figura 1), por lo que no hay necesidad de modificarlos.

En muchos casos, las evaluaciones sobre películas daban pie a discusiones sobre los temas que la cinta en cuestión retrataba, o de recuerdos de la experiencia de visionado, pero ninguno involucraba asuntos de salud, religión o sexo, por ejemplo. A esto hay que agregar que, en una línea similar a lo planteado por Kantanen y Manninen (2016), el foco de este estudio no está en quién escribió qué, sino en el tipo de *input* —como lo que se comparte, experiencias, etc.— que se genera en las discusiones en línea. Por lo mismo, las citas textuales son esenciales para este análisis, debido a su concentración en cómo están escritos los textos.

La aplicación del disfraz leve (Bruckman, 2002) se puede apreciar en un ejemplo de cómo se presentó el análisis narrativo (ejemplo 1) en esta historia sobre el visionado de *Tiburón* (1975). El nombre de la comunidad en línea (HiFi Chile) se mantiene, al igual que el texto original. Por el contrario, el nombre de este usuario fue modificado a *fracas*, siguiendo el criterio ya explicado: lo único que no se alteró fue la primera letra, pero todo lo demás es distinto. En esta historia compartida (Georgakopoulou, 2007) es importante identificar a quienes participan de alguna forma, para observar si vuelven a participar o si alguien lleva el peso de la narración, etc.

## Ejemplo 1

jajaja Fui al estreno de esa película, en los 70's. El cine estaba lleno, así que quedamos sentados pegados a la pared de la izquierda y en primera fila. La cabeza del tiburón se veía completamente distorsionada y apenas se podía leer los subtítulos. Les dije a los que venían conmigo que nos fuéramos y que nos devolvieran la plata en la boletería. No fuimos los únicos, así que resultó. Nos devolvieron los *morlacos*<sup>4</sup> y volvimos una semana después, pero esta vez nos aseguramos de quedar al medio. La cabeza del tiburón ahora resultaba más razonable y hasta menos intimidante. La película se estrenó poco antes de las vacaciones, no sé, enero o algo así. En la playa todo el mundo preguntaba antes de meter un pie al agua.

Gracias por la bienvenida pa' . 😊

- *fracas*, HiFi Chile -

Otra consideración que se tomó en cuenta al cambiar los nombres o seudónimos de estas personas es que varias compartieron recuerdos, sentimientos y experiencias en un contexto distinto al que caracteriza a la divulgación de conocimiento científico; más aun, ni siquiera sabían, al momento de postear este contenido, que sería usado con un propósito académico. A esto se suma que, por el motivo ya explicado, no se les pidió que entregaran su consentimiento informado. Una manera, entonces, de resguardar a quienes no saben que sus contribuciones fueron utilizadas con fines académicos es cambiar información que permita identificarlos, incluso si ello implica modificar o inventar sus nombres.

En términos de almacenamiento del material, el contenido recolectado estuvo siempre en manos de una persona, la misma que modificó los nombres y seudónimos, pues de haber terceros podría significar que dieran otro trato a la información compartida por los participantes.

La importancia de estas consideraciones no guarda relación solamente con este proyecto, sino que deberían aplicarse, al menos como preguntas, a cada estudio cuyos datos sean obtenidos en plataformas digitales. Esto no quiere decir que en todos los estudios se tome la opción del disfraz leve, sino que al menos se reflexione sobre los sitios y participantes implicados: si podrían, efectivamente, ser considerados públicos o privados; si es necesario, y posible, solicitar consentimiento; si corresponde cambiar sus nombres y seudónimos, etc. Un aspecto clave dentro de estos aspectos a tomar en cuenta tiene que ver con la metodología. Como se sugiere en este artículo, distintos métodos implican diversas decisiones vinculadas a la ética.

---

4. Chilenismo para referirse al dinero.

## CONCLUSIONES

En este artículo se recogieron algunos de los principales desafíos que enfrenta cualquier investigador o investigadora que se dedique estudiar la comunicación digital, particularmente a examinar comunidades en plataformas en línea. Esto incluye no causarles daño a los participantes al identificarlos en la divulgación de los resultados, preguntarse si el tema que reúne a la comunidad en cuestión puede calificar como delicado, si la plataforma es pública o privada, o si podemos solicitar consentimiento a los participantes. Las soluciones ilustradas en un caso real empírico no tienen la pretensión de ser un ejemplo para seguir de manera general, pero sí de aportar en el contexto de la necesidad de revisar cada situación antes de decidir cómo proceder.

Una limitación de este texto es que el caso empírico no se enfoca en redes sociales más modernas, como Facebook, Twitter o Instagram, aunque de todas formas se destaca la noción de comunidades de una manera más amplia que el tipo de plataforma a la que pertenece cada una. Si bien es de vital importancia que otras investigaciones propongan recomendaciones sobre resguardos éticos para no dañar a las personas incluidas en los estudios sobre comunicación en Internet, dar cuenta de lo que ocurre en plataformas menos recientes, como en este estudio, permite examinar construcciones de identidad y formas de participación en línea sin dañarlas.

Como ya fue establecido, no hay una regla de oro que pueda aplicarse a la investigación de cada plataforma digital, lo que implica que estas decisiones van a variar dependiendo del contexto. De todas formas, sí puede ser útil tener presente la importancia de alterar información de personas que no accedieron a que sus publicaciones fueran divulgadas en un ambiente científico, sino en una comunidad específica, más pequeña e íntima que verse reflejados en un estudio académico.

Este proyecto se suma a la línea de estudios que aboga por la necesidad de reflexionar sobre las dimensiones éticas de la comunicación digital caso por caso (Kantanen & Manninen, 2016; Markham & Buchanan, 2012; McKee & Porter, 2009; Page et al., 2014; Rosenberg, 2010). Busca dialogar con investigaciones que involucren a académicos y usuarios de esta región o que se interesen por este tipo de problemáticas. No obstante, las conclusiones no apuntan a que examinar una comunidad digital en el contexto latinoamericano sea radicalmente distinto desde un punto de vista ético que una comunidad italiana, paquistaní o jamaicana. La necesidad de resguardar a los y las participantes es un requerimiento global. Con ese objetivo en mente, se recomienda que una buena forma de hacerlo, incluso si la comunidad no involucra temas identificados como delicados o de alto riesgo, es cambiar sus nombres o seudónimos, pero manteniendo sus contribuciones

textuales, sobre todo si el foco está en los recursos discursivos que emplearon. Lo que se busca proporcionar, aplicado a un caso real de estudio es, al menos, un camino en las aguas turbulentas (Vásquez, 2014) de esta área gris (Kytöla, 2013).

## REFERENCIAS

- Androutsopoulos, J. (2008). Potentials and Limitations of Discourse-Centred Online Ethnography. *Language@Internet*, 5, article 8. Retrieved from <https://www.languageatinternet.org/articles/2008/1610>
- Androutsopoulos, J. (2014). Computer-mediated Communication and Linguistic Landscapes. In J. Holmes & K. Hazen (Eds.), *Research Methods in Sociolinguistics: A Practical Guide* (pp. 74-90). Wiley-Blackwell.
- Angouri, J. & Tseliga, T. (2010). "You Have No Idea What You are Talking About!" From *e-disagreement* to *e-impoliteness* in two online fora. *Journal of Politeness Research. Language, Behaviour, Culture*, 6(1), 57-82. <https://doi.org/10.1515/JPLR.2010.004>
- Baker, P. (2010). *Sociolinguistics and Corpus Linguistics*. Edinburgh, Scotland: Edinburgh University Press.
- Bamberg, M. (2004). Talk, small stories, and adolescent identities. *Human Development*, 47(6), 366-369. <https://doi.org/10.1159/000081039>
- Bamberg, M. (2006). Stories: Big or small? Why do we care? *Narrative Inquiry*, 16(1), 139-147. <https://doi.org/10.1075/ni.16.1.18bam>
- Bamberg, M. & Georgakopoulou, A. (2008). Small stories as a new perspective in narrative and identity analysis. *Text & Talk*, 28(3), 377-396. <https://doi.org/10.1515/TEXT.2008.018>
- Baym, N. K. & boyd, d. (2012). Socially Mediated Publicness: An Introduction. *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, 56(3), 320-329. <https://doi.org/10.1080/08838151.2012.705200>
- Bruckman, A. (2002). Studying the amateur artist: A perspective on disguising data collected in human subjects research on the Internet. *Ethics and Information Technology*, (4), 217-231. <https://doi.org/10.1023/A:1021316409277>
- Deller, R. A. (2018). Ethics in Fan Studies Research. In P. Booth (Ed.), *A Companion to Fandom and Fan Studies* (pp. 123-142). Blackwell.
- De Abreu, C. L. (2014). Ethical issues in the use of social networks as a field of research: public places or private rooms? In P. Landri, A. Maccarini, & R. De Rosa (Eds.), *Networked together: designing participatory research in online ethnography* (pp. 15-23). CNR-IRPPS e-Publishing. <https://doi.org/10.3233/>
- De Fina, A. & Georgakopoulou, A. (2012). *Analyzing narrative: Discourse and sociolinguistic perspectives*. Cambridge, United Kingdom: Cambridge University Press.
- De-Matteis, L. (2014). Ejes para un debate sobre el uso ético de datos interaccionales escritos y orales obtenidos en línea. In *I Jornadas Nacionales de Humanidades Digitales*. Buenos Aires, Argentina: Asociación Argentina de Humanidades Digitales. Retrieved from <https://www.aacademica.org/jornadasaahd/83>

- Díaz-Campo, J. & Segado-Boj, F. (2015). Journalism ethics in a digital environment: How journalistic codes of ethics have been adapted to the Internet and ICTs in countries around the world. *Telematics and Informatics*, 32(4), 735-744. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2015.03.004>
- franzke, a. s., Bechmann, A., Zimmer, M., Ess, C. M. (2020). *Internet Research: Ethical Guidelines 3.0*. Retrieved from <https://aoir.org/reports/ethics3.pdf>
- Garcia, A. C., Standlee, A. I., Bechkoff, J., & Cui, Y. (2009). Ethnographic Approaches to the Internet and Computer-Mediated Communication. *Journal of Contemporary Ethnography*, 38(1), 52-84. <https://doi.org/10.1177/0891241607310839>
- Georgakopoulou, A. (2006a). Small and large identities in narrative (inter)action. In A. De Fina, D. Schiffrin, & M. Bamberg (Eds.), *Discourse and Identity* (pp. 83-102). Cambridge, United Kingdom: Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/CBO9780511584459.005>
- Georgakopoulou, A. (2006b). Thinking big with small stories in narrative and identity analysis. *Narrative Inquiry*, 16(1), 122-130. <https://doi.org/10.1075/ni.16.1.16geo>
- Georgakopoulou, A. (2007). *Small stories, interaction and identities*. Amsterdam, The Netherlands: John Benjamins Pub. Co.
- Georgakopoulou, A. (2016). 'Whose context collapse?': Ethical clashes in the study of language and social media in context. *Applied Linguistics Review*, 8(2-3). <https://doi.org/10.1515/applirev-2016-1034>
- Eberwein, T. & Porlezza, C. (2016). Both Sides of the Story: Communication Ethics in Mediatized Worlds. *Journal of Communication*, 66(2), 328-342. <https://doi.org/10.1111/jcom.12216>
- Ensslin, A. & Johnson, S. (2006). Language in the news: investigations into representations of 'Englishness' using *WordSmith Tools*. *Corpora*, 1(2), 153-185. <https://doi.org/10.3366/cor.2006.1.2.153>
- Fuchs, C. (2020). The Ethics of the Digital Commons. *Journal of Media Ethics*, 35(2), 112-126. <https://doi.org/10.1080/23736992.2020.1736077>
- Herring, S. C. (Ed.) (1996). *Computer-mediated communication*. Amsterdam, The Netherlands: Benjamins.
- Kantanen, H. & Manninen, J. (2016). Hazy Boundaries: Virtual Communities and Research Ethics. *Media and Communication*, 4(4), 86-96. <https://doi.org/10.17645/mac.v4i4.576>
- Kytölä, S. (2013). *Multilingual Language Use and Metapragmatic Reflexivity in Finnish Online Football Forums. A study in the Sociolinguistics of Globalization* (Doctoral dissertation). Retrieved from [https://jyx.jyu.fi/bitstream/handle/123456789/41042/1/978-951-39-5132-0\\_vaitos21032013.pdf](https://jyx.jyu.fi/bitstream/handle/123456789/41042/1/978-951-39-5132-0_vaitos21032013.pdf)
- Kozinets, R. (2010). *Netnography. Doing Ethnographic Research Online*. London, United Kingdom: Sage.
- Kozinets, R., Dolbec, P., & Earley, A. (2014). Netnographic analysis: Understanding culture through social media data. In U. Flick (Ed.), *Sage Handbook of Qualitative Data Analysis* (pp. 262-275). London, United Kingdom: Sage.
- Labov, W. (1972). *Language in the Inner City: Studies in the Black English Vernacular*. Philadelphia, PA: University of Pennsylvania Press.
- Labov, W. & Waletzky, J. (1967). Narrative analysis: oral versions of personal experience. In J. Helm (Ed.), *Essays on the Verbal and Visual Arts* (pp. 12-44). Seattle, WA: University of Washington Press.

- López Escarcena, I. (2018). *The discursive construction of expert identities in online film reviews: A study of a global, a Latin American, and a Chilean website* (Unpublished doctoral dissertation). King's College London, United Kingdom.
- MacIntyre, A. (2007). *After virtue: A study in moral theory* (4th ed.). Notre Dame, IN: University of Notre Dame Press.
- Malthouse, E. C., Calder, B. J., Kim, S. J., & Vandebosch, M. B. (2016). Evidence that user-generated content that produces engagement increases purchase behaviours. *Journal of Marketing Management*, 32(5-6), 427-444. <https://doi.org/10.1080/0267257X.2016.1148066>
- Markham, A. & Baym, N. K. (2009). *Internet inquiry: Conversations about method*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Markham, A. & Buchanan, E. (2012). *Ethical Decision-Making and Internet Research, Recommendations from the AoIR Ethics Working Committee (Version 2.0)*. Retrieved from <http://aoir.org/reports/ethics2.pdf>
- Marwick, A. E., & boyd, d. (2010). I tweet honestly, I tweet passionately: Twitter users, context collapse, and the imagined audience. *New Media & Society*, 13(1), 114-133. <https://doi.org/10.1177/1461444810365313>
- McKee, H. A. & Porter, J. E. (2009). *The .Ethics of Internet Research: A Rhetorical, Case-Based Process*. New York, NY: Peter Lang.
- Naab, T. K. & Sehl, A. (2016) Studies of user-generated content: A systematic review. *Journalism*, 18(10), 1256-1273. <https://doi.org/10.1177/1464884916673557>
- Nissenbaum, H. (2011). A contextual approach to privacy online. *Daedalus*, 140(4), 32-48. [https://doi.org/10.1162/DAED\\_a\\_00113](https://doi.org/10.1162/DAED_a_00113)
- Page, R., Barton, D., Unger, J. W., & Zappavigna, M. (2014). *Researching language and social media: A student guide*. New York, NY: Routledge.
- Pletikosa, I. & Michahelles, F. (2013). Understanding the user generated content and interactions on a Facebook brand page. *International Journal of Social and Humanistic Computing*, 2(1-2), 118-140. <https://doi.org/10.1504/IJSHC.2013.053270>
- Rosenberg, A. (2010). Virtual World Research Ethics and the Private/Public Distinction. *International Journal of Internet Research Ethics*, 3(1), 23-37.
- Sanders, T. (2005). Researching the online sex work community. In C. Hine (Ed.), *Virtual methods: Issues in social research on the internet* (pp. 67-79). Oxford, United Kingdom: Berg.
- Scott, M. (1997). PC analysis of key words – and key key words. *System*, 25(2), 233-245. [https://doi.org/10.1016/S0346-251X\(97\)00011-0](https://doi.org/10.1016/S0346-251X(97)00011-0)
- Spinda, J. S. W. (2017). Communication and technology. In M. Allen (Ed.). *The Sage Encyclopedia of Communication Research Methods* (pp. 173-177). Los Angeles, CA: Sage.
- Tognini-Bonelli, E. (2001). *Corpus Linguistics at Work*. Amsterdam, The Netherlands: John Benjamins.
- Vásquez, C. (2014). *The discourse of online consumer reviews*. London, United Kingdom: Bloomsbury Publishing.
- Vásquez, C. (2015). *Right now versus back then: Recency and remoteness as discursive resources in online reviews*. *Discourse, Context & Media*, 9, 5-13. <https://doi.org/10.1016/j.dcm.2015.05.010>

- Ward, S. J. (2005). Philosophical Foundations for Global Journalism Ethics. *Journal of Mass Media Ethics*, 20(1), 3-21. [https://doi.org/10.1207/s15327728jmme2001\\_2](https://doi.org/10.1207/s15327728jmme2001_2)
- Ward, S. J. (2014). Radical Media Ethics: Ethics for a global digital world. *Digital Journalism*, 2(4), 455-471. <https://doi.org/10.1080/21670811.2014.952985>
- Willis, R. (2017). Observations online: Finding the ethical boundaries of Facebook research. *Research Ethics*, 15(1), 1-17. <https://doi.org/10.1177/1747016117740176>
- Zimmer, M. (2010). “But the data is already public”: on the ethics of research on Facebook. *Ethics and Information Technology*, 12(4), 313-325. <https://doi.org/10.1007/s10676-010-9227-5>

## **SOBRE EL AUTOR**

**IGNACIO LÓPEZ ESCARCENA**, es Profesor Asistente en el Departamento de Periodismo de la Facultad de Comunicaciones, Pontificia Universidad Católica de Chile. Es periodista y magíster en Comunicación Estratégica por la Pontificia Universidad Católica de Chile, magíster en Medios y Comunicación (Investigación) por la London School of Economics and Political Science y doctor en Lenguaje, Discurso y Comunicación por King’s College London, Inglaterra. Sus áreas de interés son la comunicación digital, la ética de las comunicaciones, la sociolingüística y la narración.

 <https://orcid.org/0000-0002-9859-5369>