

# ACE 33

Electronic offprint

Separata electrónica

## NETNOGRAFÍA APLICADA EN ESTUDIOS URBANOS

Gabriela Carmona

---

Cómo citar este artículo: CARMONA, G. *Netnografía aplicada en estudios urbanos* [en línea]  
Fecha de consulta: dd-mm-aa. En: ACE: Architecture, City and Environment = Arquitectura, Ciudad y Entorno, 11 (33): 137-154, 2017. DOI: 10.5821/ace.11.33.4759. ISSN: 1886-4805.

ACE

Architecture, City, and Environment  
Arquitectura, Ciudad y Entorno

C

# ACE 33

Electronic offprint

Separata electrónica

## NETNOGRAPHY APPLIED IN URBAN STUDIES

**Key words:** Urban Imaginaries; virtual social networks; virtualization; information society

### Structured abstract

The increased use of digital technologies in everyday life; brought about a transformation in the uses, customs and ways of socialization of people. From this we see the need to implement new research methods that include these new habits of people; It is therefore proposed the use of Netnography as a screening tool for analysis on urban issues; specifically in the study of urban imaginary, that in the subjective part of urbanism; identifying the urban imaginary as the result of the interaction between the thoughts of the people and the city. This methodology was applied in the study regarding the incorporation of LINT (Lean Intelligent Network Transportation) as an alternative transportation system in the metropolitan area of Guadalajara, Jalisco, Mexico, for which, in addition to disseminating its attributes, it was necessary to identify topics, from the views of citizens, could be used as persuasive elements for future integration.

ACE

Architecture, City, and Environment  
Arquitectura, Ciudad y Entorno

C

## NETNOGRAFÍA APLICADA EN ESTUDIOS URBANOS

**CARMONA OCHOA, Gabriela<sup>1</sup>**

**Remisión inicial:** 12-03-2016

**Remisión final:** 02-02-2017

**Palabras clave:** Imaginarios urbanos, redes sociales virtuales, virtualización, sociedad de la Información

### Resumen estructurado

El incremento del uso de tecnologías digitales en la vida cotidiana, trajo consigo una transformación en los usos, costumbres y formas de socialización de las personas. A partir de ello se ve la necesidad de implementar nuevos métodos de investigación que incluyan estos nuevos hábitos de las personas; el objetivo es estudiar la relación de estos nuevos medios de comunicación como son las redes sociales virtuales con el urbanismo. Se propone, por tanto la utilización de la netnografía como herramienta de exploración para realizar análisis en asuntos urbanos; específicamente en el estudio de los imaginarios urbanos. Esta metodología se aplicó en el estudio respecto a la incorporación del LINT (Lean Intelligent Network Transportation) como un sistema de transporte alternativo en el Área Metropolitana de Guadalajara, Jalisco, México; para la cual, además de difundir los atributos de este nuevo medio de transporte, era necesario identificar los tópicos que, desde la opinión de los ciudadanos, pudieran ser utilizados como elementos persuasivos para una futura inserción. La singularidad de esta investigación radica principalmente en la utilización del método netnográfico en redes sociales virtuales para reconocer la transformación del imaginario urbano.

### 1. Introducción

Han pasado muy pocas décadas desde que se comenzó a disponer cotidianamente de la tecnología; sin darnos cuenta estamos inmersos en la era de las comunicaciones y de la información. Vivimos una época en la cual estar comunicados es fundamental; es tan necesario que en ocasiones resulta imposible desconectarnos de Internet, del celular; tener una dirección electrónica o una dirección en Facebook o en Twitter es parte de la personalidad del internauta. Ya el filósofo francés Jean-François Lyotard, en el año 1979, en su publicación *La condición postmoderna*; profetizaba que la detonación de la tecnología y, por consiguiente, la facilidad de acceso a una inconmensurable cantidad de información de procedencia anónima; tal y como la que ahora aparece en Internet; sería parte integral de la cultura posmoderna.

Es posible, por tanto, pensar como antecedente de la era de la información (Castells, 2004), gracias a la invención de Internet; al periodo de la posmodernidad; conocido también como “modernidad líquida” (Bauman, 2003), sociedad de riesgo, globalización capitalismo tardío o cognitivo (Tirado, 2007). Esta época además de que se incrementó del uso de tecnologías

---

<sup>1</sup> Profesora Investigadora titular C de la Facultad de Arquitectura de la Universidad Autónoma de Coahuila, Pertenece al Sistema Nacional de Investigadores en México. Correo electrónico: [gcarmonaochoa@yahoo.com.mx](mailto:gcarmonaochoa@yahoo.com.mx)

digitales en la vida cotidiana, se dio una transformación en los usos, costumbres y formas de socialización de las personas. De aquí parte el interés por estudiar estas nuevas tecnologías digitales y de comunicación, y por consiguiente el uso de las redes sociales virtuales, que además de ser fuentes innovadoras de socialización, son también generadoras de información que puede ser significativa en el ámbito urbano, específicamente en los imaginarios urbanos, es decir, en la parte subjetiva del urbanismo, en la porción intangible de la ciudad, pero que también es una importante fracción que forma la ciudad; es el segmento que reside y el segmento que nutre a la misma espacialidad; aunque no necesariamente se tengan que materializar, los imaginarios urbanos se identifican como el fruto de la interacción entre los pensamientos de los habitantes y la ciudad.

### 1.1 *De la etnografía a la Netnografía*

Parte de la investigación cualitativa es la etnografía o investigación etnográfica, la cual es considerada como un método de investigación útil en la identificación, análisis y solución a múltiples problemas en diferentes grupos; tradicionalmente esta herramienta es utilizada en las áreas de la antropología y la sociología. Etimológicamente se traduce como el estudio de las etnias, es decir, el análisis del modo de vida de una raza o grupo de individuos, mediante la observación y descripción de lo que la gente hace, su comportamiento, su interacción; sus creencias, valores, motivaciones y perspectivas de acuerdo al momento o circunstancia; básicamente describe las muchas formas de vida de los seres humanos. Permite además descubrir el conocimiento cultural de las personas que integran un grupo o una comunidad, así como las formas en que las personas utilizan su conocimiento cultural cuando interactúan, es decir, describe el significado y el comportamiento. Por ejemplo, la etnografía observa ciertas conductas o sentimientos como el miedo, la rabia, la ansiedad, además, se interesa por conocer lo que producen estas conductas, es decir, el significado.

“Los métodos etnográficos suponen además de un acercamiento epistemológicamente cauteloso, una planificación previa que garantice que su utilización ha de hacerse conservando la mayor objetividad que sea posible, dadas las condiciones de la observación y la naturaleza del problema de investigación. Esto es de mucha importancia, ya que la objetividad en los métodos y herramientas utilizadas durante el trabajo es un control indispensable para garantizar un mínimo aceptable de confirmabilidad, credibilidad y transferibilidad de los resultados obtenidos; lo que posteriormente sería importante si se emprenden estudios de más alcance basados en el análisis comparado de experiencias similares acontecidas en otros contextos o realizadas por otros investigadores sobre el mismo sitio en el que se trabaja.” (Narváez; 2011: 34)

Al incorporar en su análisis aspectos cualitativos, este método cambia la concepción positivista de la investigación (Balcazar y otros; 2010) ya que analiza el comportamiento de los individuos, sus relaciones y las interacciones con un contexto determinado. Se considera además que este método es una forma de articular las experiencias de campo y el trabajo analítico imaginándolas como partes inseparables de un mismo proceso: las técnicas de recolección, el análisis, la presentación de los datos (observación participante, entrevistas abiertas, análisis cualitativo, descripción narrativa). La etnografía básicamente es una tarea longitudinal en la cual los recursos que se utilizan deben ser flexibles y adaptables; por lo general se utilizan

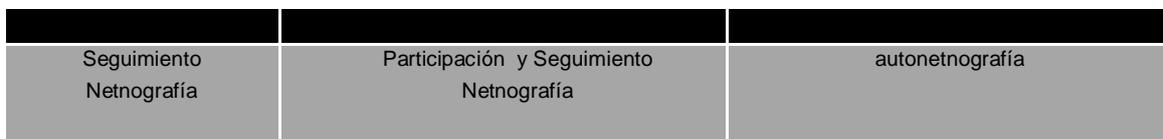
procedimientos semi estructurados o informales en un principio y que suelen generar en las últimas etapas de la investigación procedimientos estructurados o formales.

“Aunque tradicionalmente la Etnografía se ha considerado principalmente como la descripción de la cultura de toda la comunidad, la metodología etnográfica es adaptable a la descripción de las relaciones sociales de cualquier grupo (...) donde dichas relaciones sociales se encuentran reguladas por la costumbre, o incluso espacios públicos (...) La etnografía se sitúa en un ámbito concreto de la realidad y el etnógrafo pone toda su energía en descubrir qué ocurre en ese espacio.” (Balcazar y otros, 2010: 95)

En el párrafo anterior se hace hincapié en el trabajo específico que tiene que realizar el etnógrafo; también se hace referencia al lugar en el que suceden las cosas. Es importante señalar que ahora el *espacio* en el que trabaja el investigador y en el cual es posible aplicar el método etnográfico tiene características muy particulares: ahora el *espacio* es virtual, lo que exige que se utilice en esta exploración una metodología en particular. *Etnografía virtual, etnografía cibernética, tecnografía, investigación etnográfica en línea, ciberantropología, netnología*, son algunos de los nombres con los que se suele llamar al método de investigación que se realiza en el medio virtual; el hecho es que se necesitan instrumentos adecuados para el análisis de las nuevas formas de socialización que generó Internet. Básicamente la netnografía es el método de investigación cualitativa en el cual se adoptan las técnicas del método etnográfico en comunidades virtuales. El neologismo netnografía net + etnografía fue originalmente utilizado por un grupo de investigadores norteamericanos; Neumann, Sandusky y Schatz en 1995, (Carmona; 2015) cuando implementaron en su investigación etnográfica los medios electrónicos como herramientas para seguir obteniendo información de los actores y así preservar la riqueza de la observación que ya habían realizado en campo.

Kozinets (2006) dice que es un método de investigación derivado de las técnicas de etnografía desarrolladas por la investigación antropológica, esto ha incrementado la posibilidad de filtrar las complejas oportunidades de información acerca de las comunidades en la *world wide web*. Propone que el nivel de participación del investigador se puede modificar de acuerdo a las características de cada trabajo; a continuación se muestra un diagrama de los diferentes niveles de intervención del investigador.

Figura 1. El nivel de participación en la investigación



Fuente: Kozinets (2006), citado por Dörnyei y Mitev (2009: 59)

La netnografía no es sólo la utilización de herramientas digitales para obtener más información de los actores sociales. Es necesario conocer la manera en que se relacionan éstos con el medio digital, en el espacio virtual; conocer cómo se desarrolla la comunicación a través de un objeto que en este caso es la computadora, y en un espacio que se ha diseñado para este fin;

conocer densamente la cultura del ciberespacio para poder entender a un grupo en específico y su forma de interactuar. Es un método cualitativo e interpretativo que necesita de una combinación de participación cultural y de observación.

El espacio en el cual el etnógrafo realiza su investigación ha cambiado, el *campo* ha cambiado; las tribus o grupos sociales ahora se agrupan y conviven formando redes sociales en un espacio virtual; "(...) la netnografía, como propuesta de investigación en Internet, enriquece las vertientes del enfoque de innovación y mejoramiento social que promueven los métodos activos y participativos dentro del espectro de lo cualitativo (metodología y práctica social), integrándose a las transformaciones importantes que Internet ha provocado en nuestra cotidianeidad." (Turpo; 2008: 83)

En este mismo sentido Turpo (2008) menciona también la opinión de Jung y Portella; quienes expresan que actualmente existe un gran flujo de información caracterizando la transición de la modernidad a la posmodernidad, que existe una distorsión de términos, por ejemplo: lo local, lo global, los cuales crean cierta confusión en criterios metodológicos para la realización de investigaciones de este corte y que por tanto se valida la utilización de la etnografía moderna (netnografía) en la observación de expresiones de representaciones de la cibercultura.

Líneas básicas para realizar una investigación netnográfica según Turpo (2008) son:

- Establecer relaciones con los miembros de la comunidad, evitando en la mayor parte de los casos darse a conocer como investigador.
- Estudiar el lenguaje, los símbolos y las normas de la comunidad. Es fundamental que el investigador se empape de los códigos lingüísticos y éticos de aquéllos a quienes pretende estudiar, para así asimilar términos y conceptos le permita establecer una comunicación óptima y extraer los *insights* necesarios.
- Evitar, en la medida de lo posible, la deshonestidad y el engaño. En Internet, estos factores podrían verse ampliados por la naturaleza incierta de las respuestas y lo oculto de sus protagonistas. Sin embargo, esta condición oculta de los sujetos es precisamente la que garantiza que expresen libremente y sin tapujos sus opiniones e intenciones, así como abrirse de una forma más natural a como lo harían cara a cara.
- Identificar a los distintos tipos de miembros que pueblan la comunidad, para saber cuál es el peso de sus opiniones. Dentro de una comunidad virtual se dan, al igual que en la vida real, los fenómenos del boca a boca y del liderazgo de opinión. De este modo, pueden distinguirse distintos tipos y estatus de membresía: aquellos que ejercen el rol de líderes de opinión (nivel de integración máximo), los que son visitantes habituales (nivel de integración alto), quienes visitan una comunidad de manera esporádica (nivel de integración bajo) y, por último, los que acuden a alguno de estos sitios de manera puntual en busca de una información concreta (nivel de integración nulo). Éstos últimos no suelen participar activamente en ninguna de las actividades de la comunidad

Krisztina Dörnyei y Ariel Mitev, (2009) investigadores húngaros, explican que al igual que la etnografía, la netnografía es un método muy flexible y que puede adaptarse fácilmente a una variedad de situaciones; también se utiliza la observación participante como parte importante para la realización de una exploración, descripción y análisis más profundo del fenómeno social. A continuación se presentan los pasos que proponen estos investigadores para realizar una investigación netnográfica.

- a) Acceso a la cultura
  - Investigación, definición de la cuestión, pregunta de investigación
  - Análisis para incluir formas de comunicación en línea
  - Niveles de participación: (observador, participación, autonetnografía)
- b) Recopilación y análisis de la información
  - Identificación de los recursos (comunidades, blogs, redes, etc)
  - Analizar y seleccionar el contenido relevante
  - Comunidad en línea (identificación)
  - Análisis de contenido
- c) Autenticación de la interpretación
  - Triangulación
  - Narración polifónica
- d) Ética en la investigación
  - Cumplimiento de la normas
  - Se cumplen las normas éticas
- e) Miembros de la comunidad
  - Talleres
  - Comentarios

La netnografía es uno de los medios por los cuales se puede realizar un estudio antropológico sobre lo que sucede cotidianamente en el ciberespacio, además de que proporciona mayor número de datos, con mayor calidad y a una mayor velocidad. Turpo (2008) explica que para obtener los datos primero es necesario buscar todos aquellos foros y grupos de noticias que tengan relación con ese tema, después hacer un filtro selectivo para quedarse con una cantidad de comunidades manejable pero suficiente para que los resultados finales sean representativos de la población total. Decidir qué duración tendrá la fase de recogida de datos. Se propone tres o cuatro meses para obtener una información abundante que otorgue credibilidad a las conclusiones. Durante este periodo, los servidores dedicados al estudio rastrean una o varias veces al día las comunidades seleccionadas y almacenan los textos. Por último se recogen sólo los que sean útiles para el informe, con base en sistemas de palabras relacionadas, conceptos y sinónimos, de tal modo que sean capaces de guardar textos que tengan algo que ver con el tema, aunque no incluyan exactamente los nombres que se pretenden analizar. Krisztina Dörnyei y Ariel Mitev (2009) por su parte opina sobre la recolección de datos que como primer paso es necesario detectar las comunidades de comunicación en línea, después hacer las observaciones de la comunidad, conocer a los miembros buscando su jerarquía y por último realizar entrevistas con la comunidad en línea.

Esto se puede hacer a través del correo electrónico o el *chat*. Para Adriana Amaral, Geórgia Natal y Lucina Viana (2008) el primer paso sería obtener datos recogidos y copiados directamente de los miembros de las comunidades en línea de interés; debido la gran cantidad de información recopilación y dudas que pudiera causar, es prudente para el investigador utilizar varios tipos de filtros; el segundo paso sería realizar observación: se refiere a la información que el investigador observa de las prácticas comunicativas de los miembros de comunidades, las interacciones, los símbolos y su propia participación; enseguida se deberán obtener los datos recogidos en las entrevistas ya sea por el intercambio de correos electrónicos o conversaciones en salas de *chat*, mensajería instantánea u otras herramientas.

## 1.2 Proyecto LINT Modutram

LINT (Lean Intelligent Network Transportation)-Modutram, es un consorcio que se formó para realizar un estudio de desarrollo tecnológico para implementar un Sistema Avanzado de Transporte Sustentable PRT (Personal Rapid Transit) en la ciudad de Guadalajara, Jalisco. Este proyecto es apoyado por el Programa de Estímulos a la Investigación, Desarrollo Tecnológico e Innovación de CONACYT, en conjunto con las siguientes instituciones y empresas: Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), Universidad Jesuita de Guadalajara (ITESO), Tecnológico de Monterrey (ITESM), Universidad de Guadalajara (UdeG), Centro de Investigación de Estudios Avanzados (CINVESTAV) Unidad Guadalajara, Tecnoidea, Creacero.

El sistema LINT (Lean Intelligent Network Transportation) es un sistema de transporte innovador pequeño y ultraligero que mejora el consumo de energía, su armazón está diseñada para incorporar diferentes tecnologías de propulsión, lo que le da una importante forma de adaptación hacia nuevas fuentes de energía. Además cuenta con vagones con una capacidad de 2 o hasta 6 personas, que son controlados por sistemas computarizados que le proporcionan una alta eficiencia en su funcionamiento. La dimensión interna de estos permite al usuario llevar consigo los accesorios necesarios para el desempeño de actividades cotidianas como ir al trabajo, a la escuela, de compras o trasladarse hacia un punto de reunión o esparcimiento.

Una de las fases en las que se participó en conjunto con la Universidad de Guadalajara dentro del Proyecto LINT-Modutram fue en el diseño, aplicación y evaluación de un conjunto de instrumentos de análisis para conocer la opinión ciudadana respecto de la incorporación de LINT como un sistema de transporte alternativo en el Área Metropolitana de Guadalajara (AMG), con el fin de extraer información relevante para su futura inserción. Como objetivo particular se consideró contar con información acerca de la percepción en redes sociales virtuales respecto de la incorporación del nuevo sistema de transporte y a la vez difundir sus atributos. Otro punto importante fue identificar los tópicos que, desde la opinión de los ciudadanos, pudieran ser utilizados como elementos persuasivos para una futura inserción y además establecer los principios conceptuales para el diseño de un sitio Web como recurso fundamental para el hospedaje de datos y para la difusión de las características del sistema LINT.

Las actividades que se plantearon para alcanzar dichos objetivos fueron las siguientes:

- a) Realizar un análisis del comportamiento de los usuarios de Internet en la AMG.
- b) Detectar usuarios o comunidades claves en las redes virtuales que se encuentren interesados en temas relacionados con los sistemas de transporte alternativo.
- c) Seleccionar a partir de sus características particulares la o las plataformas en las cuales se realizó el estudio.
- d) Realizar el análisis de contenido de las conversaciones o comentarios que se generen en las redes sociales virtuales seleccionadas.
- e) Diseñar un espacio virtual en el cual se pueda promover el diálogo para mantener información relevante sobre el sistema de transporte alternativo.

Con lo anterior, y en el marco de la sociedad de la información en la que estamos inmersos, se puede inferir que la utilización de las redes sociales virtuales formadas por ciudadanos de la AMG, proporcionan información relevante para realizar un estudio de percepción confiable que aporte los datos necesarios para conocer opiniones, comentarios, sensaciones, información, etc., es decir, las redes sociales virtuales son una herramienta disponible para conocer el imaginario urbano en un tema específico como la movilidad y el sistema LINT. Uno de los principales atributos de las redes sociales virtuales es el número de personas que es posible convocar. Según los datos más recientes publicados por AMIPCI (Asociación Mexicana de Internet) los usuarios de internet en la República Mexicana en el año 2014 eran de 53.9 millones y en promedio pasaban seis horas y 11 minutos conectados al día; porcentaje que va en aumento.

Específicamente en el estado de Jalisco, en 2013, el porcentaje de usuarios de Internet fue 7.4%, además existió un índice de penetración de Internet en la entidad de 38.6%; este dato es de vital relevancia para observar las tendencias de uso de esta tecnología, comparar estadísticas de población contra uso de Internet, clases socioeconómicas y uso, términos de búsqueda e intereses afines, etc. Al hacer uso de Internet como medio para realizar un estudio de inserción de un proyecto, en específico el caso del sistema LINT, este escenario se convierte de ser un ámbito local, como es la AMG, en un ámbito global, porque los datos que se suban a la red pueden ser observados, analizados y comentados por cualquier persona que ingrese al sitio en cualquier parte de la República o del mundo. Otra particularidad es que la combinación de la estrategia por medios digitales tiene mayor éxito si se apoya en medios tradicionales.

Los usuarios de las redes sociales en México, en el 2014, según datos de AMIPCI se comportaron de la siguiente manera: la tasa de penetración de Internet supera ya el 50% entre la población mexicana; el lugar de acceso preferido es el hogar (84%) seguido del lugar de trabajo (42%). La tecnología para acceder es WIFI: contratada (80%) y en lugares públicos (58%). Los dispositivos preferidos que utilizan los mexicanos son laptop (68%) y Smartphone (58%). En este mismo año el uso de las redes sociales virtuales sobrepasó al uso de correo electrónico y búsqueda de información; 9 de cada 10 internautas mexicanos usa las redes sociales virtuales para comunicarse con sus amigos, estar informados y descargar música. La Principal red social virtual que utilizan es Facebook, le sigue Twitter e Instagram. En este estudio se utilizaron las redes sociales virtuales de Facebook, Twitter y Youtube

Tabla 1. **Etapas para el análisis de los imaginarios urbanos en las redes sociales virtuales**

Etapa	Instrumento	Resultado
<b>1. Observación:</b> realizar un análisis del comportamiento de los usuarios de internet en el Área Metropolitana de Guadalajara.	-Observación participante. -Netnografía (etnografía digital)	Registro observacional y netnográfico que de cuenta de: -Comportamiento a partir de acontecimientos, -Estructuración de grupos, -Identificación de patrones de comportamiento.

<b>2. Adicionar:</b> detector usuarios o comunidades claves en las redes virtuales, que se encuentren interesados en temas relacionados con los sistemas de transporte alternativo.	-Observación participante. -Netnografía (etnografía digital)	Registro e identificación de comunidades o sujetos claves.
<b>3. Características de las plataformas:</b> seleccionar, a partir de sus características particulares, la o las plataformas en las cuales se va a realizar el estudio.	-Análisis crítico de las fuentes bibliográficas, hemerográficas y documentales. -Netnografía (etnografía digital)	Tabla de las principales plataformas virtuales. Detallando las ventajas y desventajas de las diferentes plataformas que ofrece el Internet.
<b>4. Atracción:</b> realizar el análisis de contenido de las conversaciones o comentarios que se generen en las redes sociales virtuales seleccionadas.	-Análisis de contenido (Software Max Qda, Atlas.ti) -Netnografía (etnografía digital)	Caracterización de los medios de comunicación tradicionales (prensa, televisión, radio) para la realización de una co-participación con los digitales(web, redes sociales, correo electrónico, <i>baners</i> en línea, botones, anuncios).
<b>5. Medición:</b> diseñar un espacio virtual en el cual se pueda promover el diálogo para mantener información relevante sobre el sistema de transporte alternativo (LINT-ModuTram)	-Análisis de contenido (Software Max Qda, Atlas.ti)	A partir del monitoreo de conversaciones o comentarios en línea, obtener el grado de conocimientos sobre el tema, opiniones, aceptación, percepción, etc. Obtener el imaginario urbano.

Fuente: Elaboración propia

En la primera etapa de Observación se considera lo siguiente.

Análisis del comportamiento y datos sobre los sujetos, grupo o sector seleccionado:

- Mapeo de personas
- Búsqueda de blogs
- Comunidades
- Redes sociales virtuales

En esta primera etapa de observación se realizaron una serie de actividades que nos llevaron a conocer mejor al sector de la comunidad con el cual se trabajo, es decir, personas consientes de la calidad de vida que desean tener en la ciudad, personas que en la actualidad se transportan en su propio automóvil y que están interesadas en dar su opinión e involucrarse profundamente en los medios digitales así como conocer sitios de interés o influyentes en diversos temas. En esta etapa se realizaron los siguientes apartados:

#### *Selección de buscador en Internet*

El buscador que se utilizó fue Google. Con base en el análisis que se realizó sobre este sistema de búsqueda, se encontró que una de las principales ventajas de Google es que separa la publicidad de los resultados “puros”; otra ventaja es que no tiene una estrategia de portal, o sea, que trata de mandar al usuario lo más pronto posible hacia las páginas, documentos, o información que busca sin tratar de retenerlo o venderle algo. Su función es dar respuesta a preguntas y la congruencia de las respuestas determina su calidad, rastrea la

información buscándola en toda la red, utiliza las palabras claves con las cuales se formuló la pregunta y envía las respuestas más pertinentes según un *algoritmo PageRank* que hace la conexión entre las preguntas y el índice de datos.

### *Selección de las palabras claves*

Las palabras clave que se seleccionaron en el idioma español para realizar la búsqueda en Google y así desarrollar la primera etapa fueron las siguientes:

- Tecnología
- Sistema
- Transporte
- Automatizado
- Movilidad
- Innovador
- Sustentable
- ModuTram
- Efectivo
- Mecatrónica
- Inteligente
- Público

El siguiente paso, es hacer el mapa de los patrones de sitios, personas influyentes, productos en base a la búsqueda de las palabras clave. En las primeras etapas de navegación por Internet se detectaron los siguientes sitios *web*, se eligieron porque muestran una participación y el interés en el tema urbano y específicamente en el tema de la movilidad sustentable. A continuación se presenta una breve explicación de su contenido y registro de los sujetos o comunidades:

### *Páginas web*

Título de la página: Consejo ciudadano para la movilidad sustentable(2012)

Formado en agosto del 2008, es un grupo de habitantes del área metropolitana de Guadalajara que junto con organizaciones ciudadanas como CITA AC, Ciudad Alterna, Ciudad para Todos, Ciudadanos Independientes, Colegio de Arquitectos del Estado de Jalisco, Colectivo Ecologista Jalisco, GDL en bici, Corazón de la Tierra, Bici10, Mi bici-o, Muévete por tu Ciudad y Tu Techo, entre otras, crearon el Consejo Ciudadano para la movilidad sustentable, con la intención de convertirse en un observatorio ciudadano de las políticas públicas en cuestión de movilidad y también de proponer alternativas más modernas y sustentables para mejorar la manera en que los tapatíos se trasladan. La dirección electrónica es : [www.consejomovilidad.org](http://www.consejomovilidad.org)

Título de la página: Centro de transporte sustentable(2012)

Nombre en twitter: @MovilidadAmable, Seguidores: 767 en la página web. Es una organización no gubernamental mexicana, sin fines de lucro, preocupada por el medio ambiente y por la problemática social. Apoya el desarrollo de proyectos y políticas públicas en materia de movilidad, transporte público, desarrollo urbano, cambio climático y calidad del aire. Depende directamente del Instituto de Recursos Mundiales WRI, (por sus siglas en

inglés) es un centro de investigación y análisis relacionado con asuntos de medio ambiente y la generación de políticas públicas. La dirección electrónica es: [www.ctsmexico.org/taxonomy/term/556](http://www.ctsmexico.org/taxonomy/term/556)

Título de la página: Bájale al Calor(2012)

Número de visitantes: 275004. Es una página web que contiene información basada en el desarrollo y distribución de materiales de orientación (videos, spots de radio, guía de acción) y la realización de talleres con público escolar, juvenil y general sobre el cambio climático y sus repercusiones en Jalisco. La dirección electrónica es: <http://www.bajalealcalor.org/cms/>

Título de la página: Colectivo ecologista Jalisco(2012)

Es una organización de la sociedad civil, apartidista, sin fines de lucro, fundada en Guadalajara, México en 1986 se dedica a la educación ambiental, la incidencia pública y la articulación entre diferentes sectores interesados en mejorar las relaciones sociedad-naturaleza. Cuenta con un equipo interdisciplinario. Entre otras cosas promueve la participación en escuelas virtuales de entre las cuales la que nos interesa por su contenido es la Escuela de movilidad urbana: Muévete en la ciudad de una manera más sana. La dirección electrónica es: <http://www.cej.org.mx/cej.html>

Título de la página: Ciudad para todos(2012)

Página web que se encuentra ligada al Consejo Ciudadanos para la Movilidad Sustentable y en la cual se publican los eventos importantes que están relacionados con la Ciudad de Guadalajara y la zona metropolitana. La dirección electrónica es: <http://ciudadparatodos.org/>

Título de la página: Transeúnte(2012)

Transeúnte es una fuente de información especializada en los temas de movilidad y espacio público, los temas que manejan están relacionados con la creación de un entorno urbano más amable y sostenible. La intención es formar una red de individuos y organizaciones de la sociedad civil para promover una mayor acción y participación ciudadana, que generen discurso e impulsen iniciativas para transformar la ciudad, disminuyendo la dependencia del automóvil particular y mejorando las condiciones para peatones y ciclistas, además de otras formas de movilidad no motorizada y transporte público. La dirección electrónica es: <http://mexico.transeunte.org/quienes-somos/>

Título de la página: Plataforma Urbana(2012)

Es una organización sin fines de lucro, su objetivo es difundir temas de ciudad y mantener informada a la ciudadanía de todos aquellos proyectos urbanos, programas, o políticas públicas que afectarán sus barrios, comunas y ciudades, y por lo tanto su diario vivir.

Una de sus metas es acortar la brecha de información entre las urbes y sus habitantes. Creen que el ciudadano informado tiene mucho que aportar en el desarrollo de su entorno, por lo que *Plataforma Urbana* también pretende ser un lugar de encuentro, que da la posibilidad a cualquier persona de opinar y contribuir con ideas para mejorar nuestras ciudades. La dirección electrónica es: <http://www.plataformaurbana.cl/plataforma/>

## Blogs

Título del blog: El Blog mexicano. El canal de pabloricardos(2012)

Reproducciones totales: 31,024. Estudiante de ciencias políticas, realiza videos con un estilo del blog en la plataforma Youtube, en los cuales da su opinión sobre variados temas de entre los cuales se destacan los relacionados con la ciudad, en especial sobre la zona metropolitana de Guadalajara. La dirección electrónica es: <http://www.youtube.com/user/pabloricardos>

Título del Blog: Felipeno(2012)

Blog que trata principalmente de asuntos urbanos en la zona metropolitana de Guadalajara; bajo el seudónimo de *Felipeno*, el autor da su opinión sobre lo que sucede en la ciudad, por ejemplo dice; la ciudad de Guadalajara es bipolar pues es necesario que entendamos la imposibilidad de usar siempre el auto, es posible hacer uso de otras alternativas de movilidad. La dirección electrónica es: <http://www.felipeno.blogspot.com>

Red social virtual Facebook

Nombre en la red: ¡No al viaducto exprés en Guadalajara! ¡Sí a la movilidad sustentable!(2012)

Número de visitas: 1.485

Es una grupo de acceso libre sin fines de lucro en el que hacen una protesta explicando los motivos por los que no quieren que en el área metropolitana de Guadalajara se sigan construyendo obras como el viaducto exprés que sólo incentivan el uso del automóvil particular y no representan ninguna mejora a la movilidad urbana.

En la segunda etapa: Adicionar, se invitó a personas para que participaran y realizaran comentarios sobre el tema, es decir, formar una comunidad basándose en la información que se obtuvo de la primera etapa de observación; se realizó una lista de las personas que quisieran hablar sobre el tema de movilidad sustentable para la AMG; se buscaron personas o comunidades a las que les interese el tema y con las cuales se pueda iniciar una conversación sobre movilidad o transportes alternativos.

¿Qué es lo que busca una persona cuando entra a Internet? ¿Cómo se consigue formar una relación en internet? Hay que considerar lo que dice Weber (2010) especialista en medios digitales, cuando afirma que lo primero que busca una persona al unirse a una comunidad es encontrarse con gente. Otros buscan divertirse, unos buscan aprender algo nuevo y por último otro porcentaje busca influir en otros. Según el autor, las relaciones en los medios digitales tienen características diferentes porque se originan en medios digitales; estas características son, como anteriormente se describió: interactiva, inmediata, inclusiva, infinita. Partiendo de las características anteriores sobre cómo emprender nuevas relaciones virtuales y sobre lo que busca la gente en las comunidades digitales se crearon diferentes ambientes virtuales para lograr tal objetivo:

- a) Cuenta en la red social Facebook titulada:  
¿En qué te mueves?
- b) Cuenta en la red social Twitter titulada:  
¿En qué te mueves? @\_que te mueve

Después de haber creado estos dos sitios en Internet, el siguiente paso fue hacer llegar una invitación a las personas claves para que participaran en ellos; se invitó a todos los sitios que fueron seleccionados en la primera etapa y se utilizaron las redes sociales virtuales que se han formado en el AMG. Otra de las estrategias fue seleccionar personas claves para enviar correos electrónicos con la invitación señalando los sitios antes mencionados para que externaran su opinión al respecto.

La etapa tres trata sobre las características de las plataformas; fue necesario conocer las ventajas y desventajas de las diferentes plataformas que ofrece el Internet para seleccionar cuál de ellas cuenta las características necesarias para realizar la búsqueda de información. A continuación se muestra un listado de las diferentes plataformas que existen en Internet.

Tabla 2. Plataformas on-line de la comunicación

Nombre	Descripción	Ventajas y Desventajas
Agregado de reputación (buscadores)	Son sitios que proporcionan <i>rankings</i> sobre los contenidos y sobre todos los sitios que existen en Internet. Por lo general el lugar que ocupa un sitio en un buscador depende del número de visitas que ha recibido y de ello depende su reputación. Ejemplos de buscadores: Google, Yahoo!, MSN	Algunos buscadores mezclan la información de los sitios con publicidad.
Blogs	Es un diario digital en el cual el autor o autores publican comentarios periódicamente sobre temas que les interesan. Además de los comentarios es posible ver fotografías, videos, enlaces a otros sitios, vínculos, el número de seguidores o de visitas, descargas, etc.	Tocan cualquier tema y no importa la duración. Por lo general, después de entrar al <i>blog</i> los lectores o las personas puede coincidir o no con sus contribuciones sobre el tema. A menudo el escritor del <i>blog</i> es también un miembro activo de un foro. La ventaja de los <i>blogs</i> es que están interconectados, es decir, los <i>blogueros</i> leen otros <i>blogs</i> y pueden hacer referencia en ellos. Es necesario un editor interno o externo que publique regularmente y mantenga el sitio alimentado, fresco y nuevo. También es necesario un observador cuya función será hacer una medición y un análisis del contenido de las conversaciones generadas en la red.
Redes	Son una clase de comunidades que están delimitadas en espacio virtual, el cual permite vincularse con otras personas mediante una invitación.	Los miembros requieren estar registrados y precisan de una invitación, por lo tanto es posible hacer una selección de prospectos y entender sus características de personalidad, gustos, aficiones, comportamiento, etc. El usuario no es pasivo, sino que participa en el dialogo. Es necesario atraer gente a la red por medio de otros espacios publicitarios como la televisión, la radio, <i>baners</i> , panorámicos, etc. Es necesario un editor interno o externo que publique regularmente y mantenga el sitio alimentado, fresco y nuevo.

Comunidad	Vínculos con personas u organizaciones compuestos por una estructura de comunidad que contiene las relaciones sociales entre los propios actores y la información proporcionada. Hay versiones de recreo o profesionales de la agrupación sobre la base de la información. Además de los enlaces también es un medio de expresión para los usuarios de diferentes aplicaciones, pueden hacer su perfil único para dar su propio mensaje. Contenido público.	Ofrece un contenido que permite a sus miembros o a sus visitantes practicar el diálogo; en una comunidad es posible dar opciones y también es posible responder preguntas.
-----------	---	--

Fuente: Elaboración propia

Para la etapa cuatro de Atracción fue necesario realizar el análisis del comportamiento de los usuarios de Internet del AMG, se llevó a cabo un registro observacional y netnográfico en el cual se logró detectar que un sector de los internautas de el AMG están interesados en asuntos urbanos, en específico en temas de sustentabilidad, movilidad y transporte. De lo anterior se obtuvo un panorama general de los comportamientos a partir de acontecimientos y de la estructuración de grupos, y se logró la identificación de patrones de interés.

Lo que fue posible inferir que los cibernautas habitantes de el AMG están interesados en aspectos muy específicos como la movilidad sustentable, en el uso de la bicicleta y la mejora de servicios actuales de transporte urbano; también se observaron sitios en los cuales se hace una invitación a tomar medidas sobre lo que está pasando en el AMG en cuanto a políticas públicas y propuestas viables de movilidad sustentable, se localizaron algunos sitios claves que pueden ser portadores de ideas y sobre todo portadores de opinión, es decir, nos brindan la oportunidad de conocer y tener acceso a cibernautas que están interesadas en estos temas y que dan su opinión en estos sitios ya establecidos.

En los sitios digitales observados se hacen comentarios sobre el uso de transportes alternativos, se menciona y se hace una serie de difusiones sobre el uso de la bicicleta como el medio más viable, y que cuenta con las características de sustentabilidad. Por otra parte la modalidad de transporte PRT que se maneja en el Proyecto LINT (Lean Intelligent Network Transportation)-Modutram aún no se encuentra ligada en Internet con el AMG, por lo tanto, es casi nulo el conocimiento del sistema para los internautas y no se encontraron conversaciones al respecto.

Por último en la etapa cinco de Medición la finalidad fue formar una comunidad para propiciar el dialogo y hacer mediciones sobre el Proyecto LINT (Lean Intelligent Network Transportation)-Modutram y el sistema PRT. Entre las acciones que se realizaron para lograr el objetivo planteado y como medida de inserción, se crearon en Internet dos diferentes plataformas con el objetivo fundamental de dar a conocer las diferentes comunidades ya formadas y que están interesadas en este tema, invitándolas a dar su opinión sobre el Proyecto y sobre el sistema que se propone. Este es un ejemplo de los comentarios que se lograron detectar en la red social Facebook en la página ¿En que te mueves?:

“.. NO TENENCIA, 1,600 MILLONES de PESOS que si se gastaran ÚNICAMENTE en INFRAESTRUCTURA DE TRASPORTE tendríamos TREN LIGERO o METRO EN TODA LA CIUDAD en 5 años... así de simple... pero si ya no lo hicieron, ya no lo harán... ni hablar...

disfruten su dinerito extra “ (John Paul; (2012) red social Facebook; ¿En que te mueves?: publicación en muro)

“... Mi amigo no ha ni podido terminar el periférico.... No te engañes esas son patadas de ahogados.” (Bernardo González, (2012) red social Facebook; ¿En que te mueves?: publicación en muro)

“Guadalajara es una ciudad que ya esta tomando importantes y sabias medidas en estos temas, esperemos que la próxima administración en Mérida en vez de dar serios pasos hacia atrás tenga la visión de ver hacia el futuro sustentable y este tipo de proyecto nos lleguen y no sea sólo un sueño de los planificadores de la ciudad como nosotros: D.” (Gisselle Castro (2012) red social Facebook; ¿En que te mueves?: publicación en muro)

Otra de las estrategias fue seleccionar a personas claves dentro de el AMG para enviarles correos electrónicos con la invitación a los sitios antes mencionados y que externaran su opinión al respecto. Dentro de las recomendaciones que se dieron al Consorcio LINT (Lean Intelligent Network Transportation)-Modutram están: seguir involucrando y atrayendo a las personas, grupos o sectores seleccionados a la participación vía Internet, a la utilización de prensa, televisión, *web*, correo electrónico, *baners* en línea, botones, anuncios como parte complementaria. Esta etapa es la que incluye una mayor interacción con las personas porque es donde se inicia el diálogo.

Cuando ya se eligieron las plataformas con las cuales se va a trabajar, el siguiente paso sería seguir con el monitoreo de conversaciones o comentarios en línea (análisis de contenido). Será necesario también seguir visitando las comunidades que estén relacionadas con el tema para mantener el interés en la red, realizar una promoción basada en el diálogo para mantener información relevante sobre el Proyecto LINT (Lean Intelligent Network Transportation)-Modutram y el sistema PRT. Y por último, será necesario hacer modificaciones cada cierto tiempo, actualizar el sitio o los sitios que se seleccionaron, con el fin de que resulten amistosos y divertidos, y que por sí mismos inviten a la participación. Por ejemplo sobre la página web oficial de LINT (Lean Intelligent Network Transportation)-Modutram se les recomendó hacer una serie de cambios para hacer del sitio más amigable, entre las observaciones realizadas estaban la de incluir más imágenes con personas, que incluyeran al prototipo pero también a los ciudadanos; se les sugirió hacer una liga entre su página web y las redes sociales colocando íconos de Facebook y Twitter donde los cibernautas pudieran dejar su opinión. Otra observación fue que entre las opciones o pestañas que se encuentran en el sitio existe una que invita a participar en un foro pero hasta el momento de la revisión esta parte de la página web no funcionaba y sólo aparecía un mensaje que informaba que estaba en construcción. Es recomendable hacer un sitio web mucho más incluyente y que permita la participación de la gente para generar el diálogo y conocer a través de éste lo que en realidad se piensa del Proyecto.

Pero, ¿qué beneficios tendría el Proyecto LINT (Lean Intelligent Network Transportation)-Modutram al realizar estudios sobre el imaginario urbano en los medios digitales? En principio es una forma de obtener información muy precisa sobre un proyecto determinado, las opiniones que se obtengan serán reales, sin mascarar, a la gente le interesa dar su opinión de lo que sucede o puede suceder en su ciudad, no se realizan preguntas específicas, son comentarios abiertos, realizados con un lenguaje cotidiano y veraz, no hay censura. El

Proyecto se vería enriquecido con todas las opiniones, buenas o malas, que se hagan, por tanto, es un buen ejercicio para realizar cambios oportunos y que la comunidad acepte el Proyecto de mejor manera; se presenta el diálogo con la ciudadanía, que a final de cuentas es quien utilizará el servicio de transporte diariamente, la empresa que da el servicio se daría a conocer como una empresa abierta al diálogo y a la opinión de los habitantes, porque con antelación el ciudadano conoció y expresó su opinión. Al estudiar el imaginario urbano se está estudiando lo que un conjunto de personas sienten, perciben, sueñan o viven de su comunidad; la forma en que ve y la forma en que le gustaría que fuese su ciudad.

## Conclusiones

Al realizar esta exploración dentro de un ambiente digital y en específico en las redes sociales virtuales, la información que generó dicho ambiente cuenta con características especiales; pues, los datos pueden ser ampliados, combinados, comparados y manejados desde muy diversos enfoques, por este motivo es oportuno pensar que para futuras investigaciones referentes a lo virtual es posible manejarlas desde la perspectiva de los sistemas complejos adaptativos. Con este trabajo de investigación, también se encontró el reconocimiento del espacio virtual como un espacio social que ayuda a los individuos a formar comunidades, ayuda a la convivencia, al entendimiento, a formular acuerdos, a realizar protestas, a hacer sociedad. El internauta reacciona ante cualquier evento y deja plasmadas sus inquietudes en las redes sociales virtuales que utiliza; también, al igual que cualquier grupo social definida, el cibernauta maneja su propio lenguaje, basado principalmente en el uso de palabras clave, abreviación de las mismas y emoticones.

Para la planificación urbana es importante que esté implícita la participación ciudadana, reconocerla como un factor integrante de la ciudadanía y como un elemento fundamental en la toma de decisiones para realizar un diseño urbano acorde a la sociedad actual y que invite a la participación. Por lo tanto, analizar el imaginario urbano en un medio electrónico de fácil acceso sería de gran utilidad. Para el planificador urbano tener una herramienta de fácil manejo sobre la visión de los habitantes, estar al tanto de cómo interiorizan el lugar, y a la ciudad misma, sería como estar un paso adelante para llevar a cabo un proyecto urbano exitoso y visionario. Por otra parte podría ser una buena fuente de información sobre la opinión de los ciudadanos y sus imaginarios transformándose en “tiempo real” y dejando constancia legible de ello.

En el caso de estudio que se realizó: Proyecto LINT (Lean Intelligent Network Transportation)-Modutram, se pudo comprobar que existe en el AMG, gran interés por los asuntos de la ciudad y donde la participación ciudadana en las redes sociales queda en evidencia. Las nuevas tecnologías digitales y de comunicación generadoras de nuevas formas de socializar, pueden llegar a ser un parteaguas en la forma de participación ciudadana, en la forma de vivir los espacios urbanos y en la forma en que los planificadores urbanos diseñan la ciudad para los nuevos habitantes.

El espacio virtual y el espacio físico en una ciudad son espacios de coexistencia; estamos viendo surgir una nueva forma de integración de ambos lugares. El espacio virtual sirve para

hacer acuerdos y actuar en el físico, y en el físico es posible conectarse con el espacio virtual y compartir experiencias. Ambos pueden coexistir sin conflicto. Por la naturaleza de los datos a utilizar, el uso de métodos como la netnografía abrió una nueva perspectiva para dicho análisis que en la línea de investigación que se aborda se encuentra dominada por enfoques más interpretativos y que se realizan al amparo de técnicas cualitativas de investigación. Dicha herramienta no pretende ser sólo una manera de aplicar encuestas por medios digitales, más bien pretende proporcionar datos que se integren de manera colectiva, como lo son los imaginarios urbanos.

## Bibliografía

AMARAL, Adriana; NATAL, Georgina y VIANA, Lucina. *Netnografía como aporte metodológico da pesquisa em comunicacao digital*. En: Revista electrónica. Famecos/PUCRS. Comunicación Cibernética. [En línea]. 2008. Porto Alegre. Brasil. [Fecha consulta: 10 abril 2010] Disponible en: <<http://revistas.electronicas.pucrs.br/ojs/index.php/famecos/article/viewFile/4829/3687>>

BALCAZAR, Patricia y otros. *Investigación Cualitativa*. México. Universidad del Estado de México. 2010. 123 p.

BÁJALE al calor *Campaña de difusión acerca del Cambio Climático* [En línea] Guadalajara, Jalisco. [Fecha de consulta: 29 julio 2012] Disponible en: <<http://www.bajalealcalor.org/cms/>>

BAUMAN, Zygmunt. *Comunidad. En busca de seguridad en un mundo hostil*. Madrid. Ed. Siglo XXI. 2003. 231 p.

BLOG mexicano. *El canal de pabloricardos*. [En línea] Guadalajara, Jalisco. You tube [Fecha de consulta: 21 marzo 2012] Disponible en: <<http://www.youtube.com/user/pabloricardos>>

CARMONA, Gabriela. *Ciudad imaginaria y sociedad virtual. Las redes sociales virtuales como medio para el análisis de los imaginarios urbanos*. Coedición Universidad de Guadalajara CUAAD-Universidad Autónoma de Coahuila. México. 2015. 99 p.

CASTELLS, Manuel. *La era de la información. El poder de la identidad*. Vol. II. México. Siglo XXI. 2004. 341p.

CASTRO, Gisselle. [En línea] ¿En qué te mueves?: publicación en muro. Red social Facebook. [Fecha de consulta: 24 julio 2012] Disponible en: <<http://Facebook.com>>

CENTRO de transporte sustentable. [En línea] México. Centro de investigación y análisis de medio ambiente y la generación de políticas públicas. [Fecha de consulta: 8 noviembre 2012] Disponible en: <[www.ctsmexico.org/taxonomy/term/556](http://www.ctsmexico.org/taxonomy/term/556)>

CIUDAD para todos. [En línea] Guadalajara, Jalisco. Consejo Ciudadanos para la Movilidad Sustentable. [Fecha de consulta: 10 mayo 2012] Disponible en: <<http://ciudadparatodos.org/>>

CONSEJO Ciudadano para la movilidad sustentable. [En línea] Guadalajara, Jalisco. Observatorio ciudadano de las políticas públicas en cuestión de movilidad [Fecha de consulta: 16 marzo 2012] Disponible en: <[www.consejomovilidad.org](http://www.consejomovilidad.org)>

COLECTIVO Ecologista Jalisco A.C. [En línea] Guadalajara, México. Organización de la sociedad civil dedicada a la educación ambiental. [Fecha de consulta: 11 abril 2012] Disponible en: <<http://www.cej.org.mx/cej.html>>

DÖRNYEI, Krisztina y MITEY, Ariel. *Netnográfia avagy on-line karosszék – etnográfia a marketingkutatásban*. Budapest. Vezetéstu Domány. Review. 41. 2009. 21 p.

FELIPENO [En línea] Guadalajara, Jalisco. Blog de urbanismo. [Fecha de consulta: 13 septiembre 2012] Disponible en: <<http://www.felipeno.blogspot.com>>

GONZÁLEZ, Bernardo. [En línea] ¿En qué te mueves?: publicación en muro. Red social Facebook. [Fecha de consulta: 24 julio 2012] Disponible en: <<http://Facebook.com>>

KOZINETTS, Robert V. *El Campo Detrás de la pantalla: El uso de Netnografía para la investigación de mercados en comunidades en línea*. En: *Journal of Marketing Research* [En línea]. 2006, 39. [Fecha de consulta: 11 Octubre 2011]. Disponible en: <[www.nyu.edu/classes/bkg/methods/n](http://www.nyu.edu/classes/bkg/methods/n)>

LYOTARD, Jean-Francois. *La condición posmoderna. Informe sobre el saber*. Madrid, España. Editorial Cátedra. 1987. 40 p.

NARVÁEZ, Adolfo. *Etnografía para la investigación en arquitectura y urbanismo*. Monterrey, UANL. 2011. 189 p.

¡NO al viaducto exprés en Guadalajara! ¡Sí a la movilidad sustentable! [En línea] Guadalajara, Jalisco. Red social Facebook [Fecha de consulta: 1 mayo 2012] Disponible en: <<http://Facebook.com>>

PAUL, John; [En línea] Red social Facebook; ¿En que te mueves? (publicación en muro) [Fecha de consulta: 24 julio 2012] Disponible en: <<http://Facebook.com>>

PLATAFORMA Urbana [En línea] Santiago, Chile. Organización chilena sobre temas de ciudad: Movilidad [Fecha de consulta: 12 marzo 2012] Disponible en: <<http://www.plataformaurbana.cl/plataforma/>>

TIRADO, Francisco. Research report: *El análisis del discurso de tradición foucaultiana en algunos grupos de investigación españoles*. En: Forum Qualitative Sozialforschung / Forum: Qualitative Social Research, [En línea]. 2007. 8 (1), [Fecha de consulta: 12 Marzo 2011]. Disponible en: <<http://www.qualitative-research.net>>

TRANSEÚNTE. [En línea] Ciudad de México. Blog de Movilidad y espacios públicos [Fecha de consulta: 24 julio 2012] Disponible en: <<http://mexico.transeunte.org/quienes-somos/>>

TURPO, Osbaldo. *La netnografía: un método de investigación en Internet*. En: Revista EDUCAR RACO. Revistes Catalenes amb accés obert [En línea]. 2008. 42. [Fecha de consulta: 24 Julio 2012] Disponible en: <<http://www.raco.cat/index..php/educar/article/view/article/142550/0>>

WEBER, Larry. *Marketing en las redes sociales*. México. Mc Graw Hill. 2010. 131 p.