Antropología Digital: Acercándonos al prosumer

Gracias (digitales y analógicas) por su atención

Insighters Experience

Socialmente

¿Por Qué Socialmente?

Vivimos en una sociedad digital.

Las redes sociales han normalizado el que las personas nos relatemos digitalmente en todas nuestras dimensiones vitales:

- Opinión
- Ocio/ Consumo
- Afectos/ Sentimientos

¿Por Qué Socialmente?

La cultura popular ha integrado plenamente lo digital.

- La investigación cualitativa trabaja con el discurso de las personas. Por encima de todo se busca ***comprender***.
- La cultura digital es CULTURA POPULAR y la expresión digital está totalmente normalizada.
- La etnografía digital aprovecha las posibilidades de acercarse a las personas desde su canal de expresión y comunicación secundario.

Metodológicamente

¿Por Qué Metodológicamente?

Permite recoger más información:

- En un Focus Group los participantes pueden expresarse entorno a 12 o 13 minutos.
- En una Comunidad Digital podemos tener entre 45 y 100 minutos de trabajo por día/ jornada.

Bla bla bla bla bla bla bla bla bla bla bla bla...

El lenguaje escrito no es más reflexivo, pero sí más explicativo.

Joaquin
edad:18-35, zona:Sevilla, tv pago:Si

yo es que a dia de hoy... no veo diferencia... ojalá teles con internet integrado ya, hombre!

La tele es más cómodo... para algo la tienes en casa siempre en el mismo sitio! está puesta donde tu te encuentras cómodo para verla... internet, a dia de hoy, me ha permitido ver partidos en otros cuartos, o incluso en la calle a través del movil.

Alvaro

Principalmente no hay apenas desventajas cuando tienes una comida o cena con gente que son tus amigos , pues las risas y el pasarlo bien están prácticamente aseguradas, estas dos cosas.

Pero bueno voy a describir breve-mente las ventajas y desventajas:

Ventajas de comer en casa, en mi caso en grandes fiestas en la sierra (tipo proyect x jajaja)

No hay que guardar los modales ni las formas absurdas de no poder hacer lo que le de a uno la puta gana. Principal ventaja.

Comer lo que uno quiera en cuanto quiera, la desventaja es que no tienes al camarero que te lo traiga. Te gastas menos dinero en el computo global. Otra ventaja es que decides exactamente la marca de bebida o de comida que deseamos consumir. En la comida con los amigos en casa podremos ver la tele o escuchar música en cambio en el restaurante no podremos.

Una gran desventaja de comida con los amigos son las recogidas y el tener que fregar los platos.Esto supone menos comodidad y una ventaja de ir a un restaurante te recogen la mesa y no hay que fregar.

En resumen es más cómodo ir a un restaurante pero tiene muchas limitaciones que no tienen las

¿Por Qué Metodológicamente?

Es más fácil superar la timidez o cruzar barreras de lo personal.

Beatriz C

Esta línea de complemento me gusta mucho menos que la anterior, ya que los collares acabados en punta no son muy de mi gusto, y además lo he visto muy ostentoso, yo pienso que al ponerme cualquier collar de la imagen no me luciría tanto el pecho como me gustaría, o para lucir un buen escote tampoco creo que viniera bien ningún collar de los de la imagen. Se parecen mucho a los que llevan las mujeres de alguna tribu africana, y bueno no lo veo muy adecuado según mi gusto.

Sangría, cocacola, fanta, cerveza, ron, mojito, vino, agua.

Son bebidas básicas para una buena comida. Las que tienen alcohol son también necesarias para impulsarnos a bailar y a divertirnos más. También yo y mi grupo de amigos somos gente que nos gusta literalmente emborracharnos.

Aportan más sinceridad aún entre un grupo genial de amigos, risas y que nos atrevamos a cantar y lucirnos durante el evento.

Contexto de la investigación

La investigación digital permite que se responda en los contextos naturales de las "muestras". Esto implica:

- Respuestas más reposadas o menos improvisadas.
- Argumentaciones con "más base de realidad" : Se puede trabajar desde la memoria, no solo desde la impresión.
- Se responde con cierta relajación sin presiones externas, lo que facilita la sinceridad.

¿Por Qué Metodológicamente?

Automatismos

- Gran parte de nuestras conductas, preferencias y decisiones están automatizadas.
- En una situación de presión es más difícil identificarlas.
- En un contexto adecuado y relajado

NO SÓLO ES MÁS FÁCIL QUE LAS IDENTIFIQUEMOS, SINO REFLEXIONAR SOBRE SU ORIGEN. SE LOGRA LA AUTOCONCIENCIA DE LAS INERCIAS.

Comunidad VS Focus

- El grupo es una forma "fácil" de tener una experiencia "social" pero la COMUNIDAD ES UNA METÁFORA SOCIAL MÁS REAL.
- Evitamos la subjetividad del analista al fusionar discursos.
- Las "comunidades" fácilmente se estructuran:
  - Roles.
  - Uniones-Diferencias.
  - etc...
- Permiten identificar diferencias sin perder de vista los nexos.

¿Por Qué Metodológicamente?

Internet ha favorecido el Amateurismo

- Facebook.
- Pinterest.
- Instagram.
- La explosión de Internet ha favorecido que las personas muestren sus "obras" y habilidades como amateurs.
- En áreas como la audiovisual, gastronómica, viajes, diseño,...
- Esto favorece que en la etnografía digital las personas estén acostumbradas a "mostrarse a sí mismas y sus obras", pudiendo generar materiales de gran calidad.

¿Cómo?
Etnografía digital
¿Dónde?
¿Por qué?

Hace 20 años una de las discusiones sobre como hacer un mejor cualitativo se centraba en la MESA

Un cualitativo distendido, cercano

VS

Un cualitativo formal y aséptico

El contexto de interacción con el consumidor influye en la información que vamos a obtener.

Una plataforma de etnografía digita es un canal de comunicación e interacción con las personas, bien como ciudadanos, bien como consumidores. Su función es interactuar y recoger información.

NO ES

- Un medio de publicidad de las marcas.
- No es un medio de mejorar el posicionamiento SEM o SEO de las marcas.

Debe ser:

- Limpia.
- Sencilla/ Intuitiva.
- Cálida/ Acojedora.
- Aséptica
- Colores claros y suaves que eviten el cansancio al leer o escribir.

Se ha de cuidar el tipo de opciones que damos en la comunicación

- Emocional.
- Rápido.
- No narrativo.
- Se abrevian palabras.
- Introducen emoticonos.

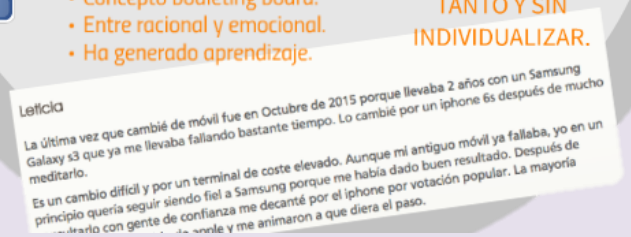
→ NO CREA DISCURSO. ES VÁLIDO PUNTUALMENTE.

- Racional.
- Narrativo.
- Formal.
- Explicativo.
- Acotado en signos de lenguaje.

→ ES UN REFERENTE PERO HAY QUE EMOCIONALIZARLO.

- Narrativo.
- Multimedia.
- Concepto bouleting board.
- Entre racional y emocional.
- Ha generado aprendizaje.

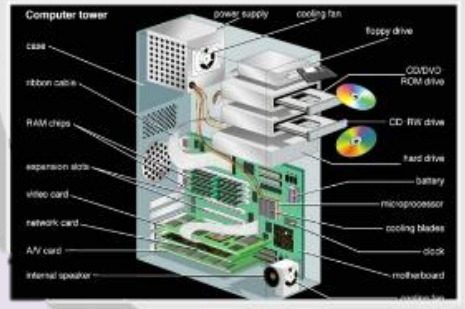
→ A TENER EN CUENTA SIN INFORMALIZAR TANTO Y SIN INDIVIDUALIZAR.


Leticia

La última vez que cambié de móvil fue en Octubre de 2015 porque llevaba 2 años con un Samsung Galaxy s3 que ya me llevaba fallando bastante tiempo. Lo cambié por un iphone 6s después de mucho meditarlo.

Es un cambio difícil y por un terminal de coste elevado. Aunque mi antiguo móvil ya fallaba, yo en un principio quería seguir siendo fiel a Samsung porque me había dado buen resultado. Después de consultarlo con gente de confianza me decanté por el iphone por votación popular. La mayoría

- La complejidad debe de estar en la programación en función de las funcionalidades que queramos tener.
- Pero hemos de tener guiada la comunicación del consumidor.



¿Cómo?
Etnografía digital
¿Dónde?
¿Por qué?

Hay dos líneas de técnicas principales:

Asincrónicas:
El participante tiene un periodo para contestar amplio, en torno a un día.

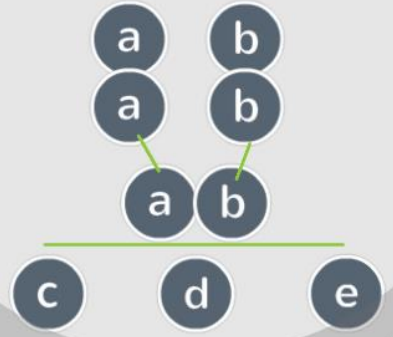
Real Time:
El participante es citado y responde dentro de un horario.

- Uso complementario.
- Lo óptimo es entrevistas con un máximo de 3 personas.
- Utilizar herramienta foro mejor que chats.

Asincrónicas:
El participante tiene un periodo para contestar amplio, en torno a un día.

Comunidad/Bouleting Board

- Se generan una o más comunidades
- Pueden funcionar por necesidades del estudio en paralelo y fundirse en momentos puntuales.



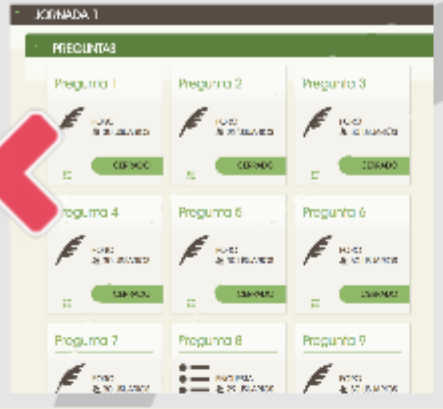
Etnográficas

- Los participantes han de hacer fotos, vídeos,... de su vida, consumos, compras,...
- Lo óptimo es:
  - Preavisar.
  - Dejar estas tareas para el fin de semana.

Entrevistas grupales

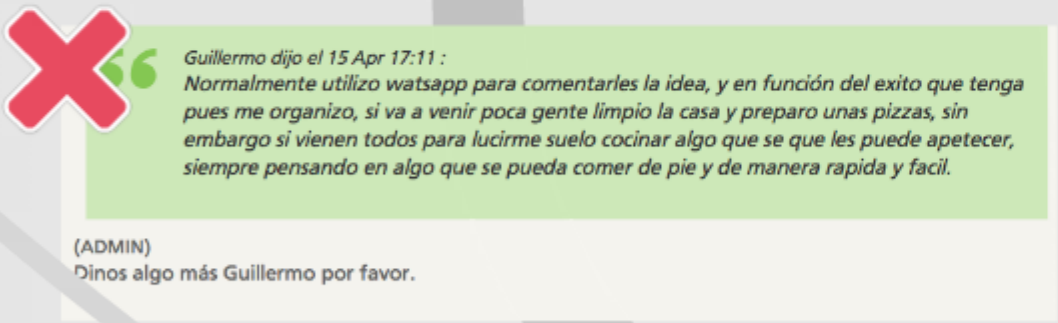
- Comparten preguntas pero no ven las respuestas del resto de participantes.

Posibilidad de integrarles en momentos puntuales.



Los errores típicos:

- Subir todas las preguntas a la vez.



- Intentar moderar desde la propia herramienta exclusivamente
  - La asincronía hace que los Usuarios no vuelvan a leer lo ya contestado.
  - El Mail y los SMS o WhatsApp son esenciales.

Los errores típicos:

- La herramienta siempre exije un aprendizaje.Reforzar las primeras participaciones óptimas ayuda a que toda la comunidad tenga modelos de participación eficaz.
- Es imprescindible hacer un Warming Up. Si queremos que haya comunidad e interacción hemos de facilitar que los miembros se conozcan y encuentren puntos de empatía/ integración.
- Estas técnicas son flexibles, pero conviene que los Usuarios tengan un calendario con la previsión de los días de participación. Ayuda a que integren el estud en su vida cotidiana haya bajas.

- Las Alarmas para avisar de que:
  - Se suben preguntas.
  - La persona ha sido citada.
  - Respuestas escuetas...

SON CONTRAPRODUCENTES Y GENERAN CANSANCIO Y DESERCIONES

Cada marca tecnológica genera especificidades para evitar la competencia. Es necesario tenerlo en cuenta, especialmente para vídeos.

Es una herramienta narrativa. Ese debe ser el enfoque de las preguntas:

- Explica...
- Cuéntanos...
- Háblanos...

- Subdividir una pregunta en varias: La muestra tiende a contestar unicamente la primera pregunta: EFECTO DE PRIMACÍA. Es preferible redactar preguntar complementarias seguidas

Gracias (digitales y analógicas) por su atención

Insighters Experience