

**OBSERVACION, ANALISIS DE CONTENIDO Y ANALISIS  
HIPERTEXTUAL. APORTES METODOLOGICOS AL ESTUDIO  
DE TRES REALIDADES DISTINTAS: PRACTICAS DE JUEGO,  
MENSAJES TELEVISIVOS Y SITIOS DE JUEGO EN INTERNET**

**Mtra. Teresa Tovar Peña**

Universidad de Guadalajara

Departamento de Estudios de la Comunicación Social

[pos\\_teretovar@yahoo.com](mailto:pos_teretovar@yahoo.com)

**Abstract**

*Este trabajo se ubica en la línea de la búsqueda metodológica en el campo académico de la comunicación social y tiene como principal objeto de estudio el mensaje de espacios de programación televisiva, sus espacios publicitarios, y los sitios de Internet. Lo novedoso de esta contribución quizá sea el aspecto comparativo entre el análisis de contenidos de dos medios electrónicos y la realidad observada, vista esta última también como un trabajo de descomposición o decodificación analítica en cuanto contenido o mensaje. La primera pregunta que surge al plantear un estudio de este tipo es ¿cómo analizar tres realidades sociales distintas y a la vez semejantes? ¿Qué categorías de análisis formular que sean pertinentes a los objetivos particulares y generales del estudio y que a la vez sean pertinentes analíticamente, de tal manera que nos permitan contrastar lo registrado desde nuestras*

*diversas y heterogéneas fuentes de información analíticas: contenidos televisivos, espacios publicitarios, sitios de Internet y situaciones reales de juego. Es decir, nos movemos desde la práctica (en la realidad), la representación (en la televisión) y la simulación (en Internet). En principio, debido a estas características metodológicamente, serían categorías incomparables, sin embargo correremos el riesgo de compararlas con fines analíticos.*

*En principio, Internet nos enfrenta a nuevos retos, como estudiosos, en muchos sentidos<sup>1</sup>, que por razones de espacio y recorte analítico no detallaremos aquí. En este caso particular abordamos, en el nivel comparativo y propositivo, lo relacionado con el aspecto del análisis del mensaje, dentro del lenguaje multivariado de la realidad observada, del lenguaje lineal en el mensaje televisivo y del nuevo lenguaje y nueva gramática de Internet con sus "encadenados hipertextuales que remite a informaciones relacionadas con el texto pero que está fuera de él, incluso en archivos remotos, los links o enlaces que concatenan una información escrita con otras relacionadas pero conformadas en lenguajes de imágenes" (Pineda 2001: 222 y 2000: 10).*

*Este artículo forma parte de un proyecto de investigación bastante amplio intitulado "Una mirada desde la educación informal a juegos y juguetes en televisión y nuevas tecnologías: de lo tradicional a lo global", que inicia con la identificación de estilos lúdicos tradicionales y modernos o postmodernos (¿globales?) presentes en: a) la vida cotidiana de niños de Guadalajara, Jalisco, b) una muestra de Dibujos Animados y sus espacios publicitarios y c) los sitios de juego en Internet. Todo ello con el fin de encontrar respuestas a inquietudes como 1) ¿qué papel han jugado avances tecnológicos en la comunicación en prácticas socioculturales cotidianas tan importantes como el juego infantil? y 2) ¿de qué manera inciden en este tipo de prácticas individuales y socioculturales, procesos más amplios como: modernización y globalización. Hipótesis, también general, es que así como los medios masivos y las nuevas tecnologías han evolucionado (desde la aparición de la televisión, los videojuegos y más recientemente nuevas tecnologías) han cambiado también los juegos infantiles, la forma en que estos se practican, y los juguetes empleados en ellos. Se parte de la visión de esos cambios como un proceso amplio y continuo, basándose en modelos de interpretación de la globalización y el cambio cultural.*

---

<sup>1</sup> Por ejemplo: Migdalia Pineda (2001 y 2000) y Raúl Fuentes (2001 y 2000) han desarrollado más ampliamente los retos conceptuales, teóricos y metodológicos de Internet.

*Aquí no presentamos resultados ya que más que un reporte de investigación este documento es un bosquejo de cuestiones metodológicas.<sup>2</sup>*

### **Mención a los antecedentes sobre el empleo de estas metodologías**

El uso del análisis de contenido ha sido ampliamente utilizado en el estudio particular de los mensajes televisivos, publicitarios e incluso de prensa escrita.<sup>3</sup> Raúl Fuentes (1996) señala que 62 trabajos en México lo utilizan (27%, de una muestra total de 228 revisados que usan métodos de investigación empírica).

En cuanto al estudio de Internet, aun escaso y reciente<sup>4</sup>, Carlos Lamas (2002) agrupa los diferentes estudios en tres categorías: métodos basados en los usuarios (generalmente empleo de encuestas o paneles), en los servidores (generalmente a través de sistemas de registro del número de usuarios visitantes) o en los suministradores de publicidad. Hasta el momento en mi búsqueda bibliográfica únicamente he encontrado descripciones de lo que es el análisis hipertextual y esquemas ilustrativos, sin embargo todavía no he registrado ningún estudio específico que lo aplique a algún objeto específico. Carlos Lamas (*idem.*) refiere al sitio (<http://www.ojd.es>) que reporta el registro de las diversas páginas y su secuencia de visita de diarios electrónicos (pero es un registro que realiza el mismo sistema y no un seguimiento de tipo académico) que se acerca en parte al análisis hipertextual, pero más enfocado al usuario, ya que hace seguimiento de las rutas de navegación de éste y no al contenido, como podría ser a través de los diferentes enlaces de cada sitio.

La observación en el campo de la comunicación ha sido empleada, tanto en el estudio del receptor como del proceso de producción de mensajes;

---

<sup>2</sup> Algunos avances de resultados se pueden consultar en reportes parciales presentados en foros académicos (Tovar Peña 2000, 2002<sup>a</sup>, 2002b y 2002c).

<sup>3</sup> Sobre antecedentes acerca del uso de Análisis de Contenido consultar: Lozano (1994) y Cervantes Barba (1994). Trabajos mas o menos recientes y cercanas en nuestro entorno.

<sup>4</sup> Para mas detalles consultar Fuentes (2000) donde reporta algunos datos. También Carmen (2003) Gómez Mont presenta un panorama del estado de la cuestión sobre los estudios de las nuevas tecnologías de información.

más en particular en el análisis de la producción noticiosa, por ejemplo en Guadalajara, México, Ma. Elena Hernández Ramírez y Cecilia Cervantes Barba la han empleado en trabajos mas o menos recientes y cercanos a nuestro entorno.<sup>5</sup> Incluso Cecilia Cervantes (ver: 1994) ha trabajado con una metodología de triangulación entre métodos cuantitativos y cualitativos, con uso de Análisis de Contenido y Observación Etnográfica. Raúl Fuentes (1996) refiere 14 trabajos (6% en una muestra de 228 documentos) en su periodo de revisión de 1986 a 1994.

### Algunas precisiones necesarias

Primero, tenemos que partir de concebir (con fines analíticos y metodológicos de la investigación) como fuentes de información a la práctica real del juego, los contenidos televisivos y sus espacios publicitarios y por último los sitios de juego de Internet, pero también tenerlos presentes como unidades de análisis en un primer plano más general. Esta segunda opción presenta otro problema de entrada: ¿cómo abordar cada uno de ellos?

Cuando nos referimos a la observación y registro de la práctica de actividades reales (ejemplo el juego infantil), de una realidad entendida como construcción social, como señala Banet (2003) nos enfrentamos ante sujetos que se relacionan con el mundo a través de la mediación de los sentidos y la inteligencia, en cambio en el vínculo con Internet la relación con los espacios virtuales está mediada por las imágenes y los modelos; en donde “las imágenes permiten la percepción sensible de modelos inteligibles (modelo en tanto concepción formal, anotada como símbolos lógico matemáticos y memorizada en forma de programa informático)” (*idem.*). La diferencia principal radica en que en la última no está vinculada a la acción en un escenario del mundo natural.

La realidad representada con imágenes en los contenidos televisivos, antes que nada son imágenes (técnicamente hablando, compuestas de rayos de luz), en cambio en Internet la realidad simulada, ante todo son lenguajes, encarnados en modelos matemáticos y programas informáticos (*idem.*); aunque “lo virtual parece proponer otra experiencia de lo real”. En la vida cotidiana las

---

<sup>5</sup> Algunos ejemplos de sus trabajos pueden ser consultados: Cervantes Barba (1994), Hernández Ramírez (1995).

imágenes, en cierta medida sobretodo con fines analíticos, son imágenes naturales, lenguajes naturales y gramáticas tradicionales.

El más difícil y principal reto radica en la manera de concatenar estas tres diferentes “realidades” sociales. De manera tal vez romántica e idealista, un primer paso de construcción analítica es encontrar un punto de partida común en las distintas realidades planteadas, la más pertinente ha sido la “imagen”, o en términos más sociológicos el hecho observado, es decir, a través de lo que como analistas observamos tanto en la práctica real y cotidiana del juego, en los contenidos televisivos y en los sitios de juego de Internet. Por lo tanto en un primer plano analítico se parte de la observación de nuestras tres fuentes de información (ver esquema en página siguiente).

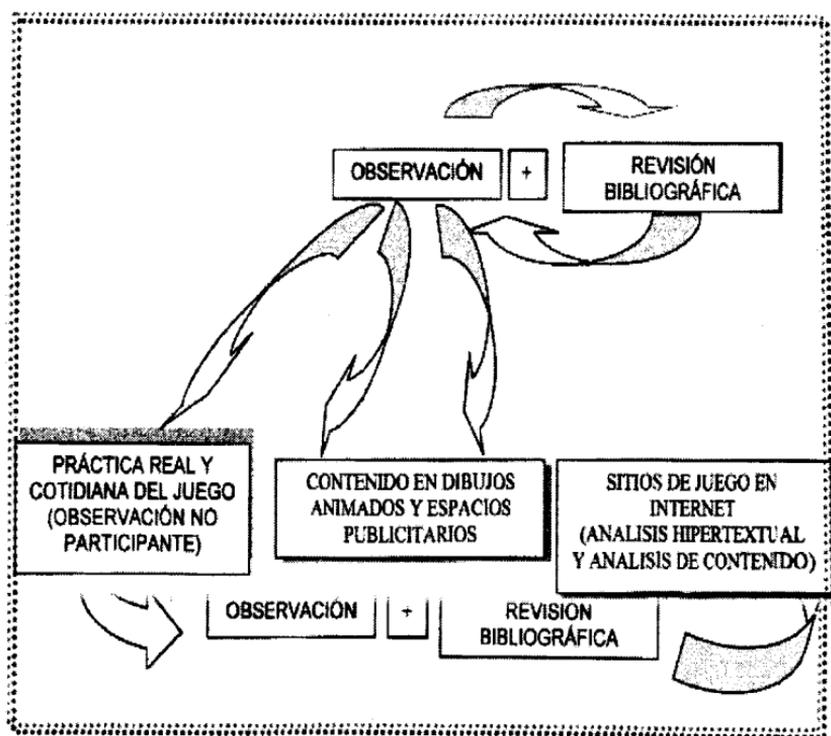
En el estudio de estas tres “realidades” sociales un concepto fundamental es el de espacio que según Kant (es la condición previa de la relación del sujeto con las cosas (cfr. Banet 2002), agregaríamos que también con otros sujetos. Además el espacio finalmente es una condición necesaria para que el juego se pueda dar.

Dentro de los espacios identificamos desde espacios en un sentido más físico, geográfico (desde los espacios reales, naturales hasta los construidos ex-profeso para el juego real) que a su vez son reproducidos y representados (en los espacios televisivos), y los simulados en Internet, así como espacios en un sentido más bien informático y espacio más en un sentido simbólico (como puede ser el mismo ciberespacio). Y a su vez en una clasificación en otra dimensión que es la de espacio público y privado, cuestiones estas que sólo pueden ser abordadas a través de la observación en otro nivel<sup>6</sup>. Encontramos la noción de espacio (bajo diferentes acepciones muy pertinentes) en diferentes planos y niveles de análisis, desde los mismos espacios al interior de nuestras fuentes de información, como en el sentido más de entornos donde se han conformado éstas, y por otro lado espacios más amplios, incluso a nivel meso y macro-

---

<sup>6</sup> Parte del trabajo de elaboración de conceptos, hasta el momento desarrollado, se encuentra en otros trabajos, Tovar Pena 2000, 2002a, 2002b y 2002c. y que si desarrollamos aquí nos podemos perder en la exposición.

estructural<sup>7</sup>. Entonces tendremos una representación gráfica, por supuesto muy limitante, aproximadamente así:



### Modelo de análisis particular

Este se construye a partir de los elementos que son capaces de reconstruir-deconstruir las técnicas de análisis en cuestión:

En el caso del análisis de contenido: a) unidades de análisis<sup>8</sup> propiamente dichas (hemos considerado los espacios de dibujos

<sup>7</sup> Para una mayor comprensión de los diferentes recortes a considerar como parte del proceso de investigación se puede revisar Vasalo de Lopes (1994 y 1999).

<sup>8</sup> Elemento específico del mensaje del cual se extraerá la información, como la palabra o hasta la edición completa de un periódico. (Lozano Rendón 1994).

animados, sus espacios publicitarios y cada juego presente por página en los sitios de Internet, en la práctica real de juego “secuencias” de juegos libres observados aleatoriamente en espacios<sup>9</sup> naturales empleados para el juego, es decir desde que un(os) niño(s) inician un juego hasta que lo concluyen. Y unidades de análisis temporales<sup>10</sup> (en espacios de dibujos animados, bloques amplios entre un comercial y otro; en espacios publicitarios, cada segmento de anuncio de un producto o servicio: en el caso de Internet, secuencias de juego de máximo 5 minutos; en la práctica real de juego la duración es variable, según el tipo de juego que se practique y la edad del niño, y si se juega de manera individual o grupal, con pares o mayores, en sesiones aleatorias en fines de semana y tres días distintos entre semana.

Abarcamos la sistematización de tres aspectos de la práctica del juego: en primer lugar el análisis cualitativo de la información recabada por medio de una observación no participante y preliminar (para en un segundo momento realizar un seguimiento cuantitativo) en espacios públicos con escenarios naturales (ejemplo parques naturales) sobre las prácticas lúdicas infantiles libres, realizadas por los niños en su “tiempo libre”. Nos referiremos a aquel juego que no responde a un programa elaborado para su realización, ni aquel que es utilizado para apoyo del proceso enseñanza-aprendizaje (el practicado dentro de las actividades escolares), o con fines terapéuticos, ni siquiera el que se lleva a cabo en el recreo escolar, ya que este siempre estará observado y en ocasiones “supervisado” directa o indirectamente por algún adulto responsable de la seguridad y buen comportamiento de los niños, sino el que se practica en las calles, o en espacios privados como algún lugar de la casa, o en los parques, aquel que sin mas inicia el niño y lo juega.

Otro elemento del análisis de contenido es el muestreo 1) analizamos el contenido de una muestra de dibujos animados del canal 9 de Televisa y los espacios publicitarios en ellos contenidos: finalmente estuvo conformada por 55 transmisiones y 921 espacios publicitarios. No se consideraron otros géneros como los programas específicos sobre juegos, concursos, etc., por ser concebidos como espacios contruidos y

---

<sup>9</sup> En otro lugar (Tovar Peña 2002c) hemos conceptualizado y clasificado los diferentes tipos de espacio para el juego en este nivel de análisis.

<sup>10</sup> “Consiste en definir periodos de tiempo específicos: escenas, secuencias, bloques entre comerciales” (Lozano 1994).

situaciones de juegos creados y lo que interesa es identificar prácticas de juego contenidas en las secuencias de la trama de la programación.

Hasta aquí tarea, sencilla, pero ¿cómo muestrear la práctica cotidiana y real del juego (por su amplitud infinita)?, se decidió realizar la observación durante fines de semana y cada tercer día entre semana, se tomaron ambas opciones, debido a que se consideró poco pertinente realizar la observación únicamente por el lapso de la semana en que se aplicó el análisis de la programación televisiva. El muestreo, también, resulta una labor difícil en el caso del estudio de sitios de Internet. Una forma de aproximarse a conocer la población de los sitios de juegos infantiles, por ejemplo, cuando no se tiene información confirmada del número de sitios existentes al respecto, es realizar una identificación de los principales sitios a través de los buscadores temáticos, que ofrece el mismo sistema. Y en un paso posterior realizar un seguimiento a través de las rutas señaladas por los hipertextos<sup>11</sup>, aquí podría decirse que inicia propiamente el análisis hipertextual. En nuestro actual estudio estamos procediendo de esta manera.

¿Que se entiende por Hipertexto?

Se compone de texto y de unos nexos (*links*), que conectan directamente con otros textos al ser activados, formando una red contextual sin principio ni fin, pues se puede saltar constantemente de unos textos a otros según se van escogiendo nuevas opciones de búsqueda (Graupera Sanz s/d).

Y más adelante

Puesto que el hipertexto, al poder conectar un pasaje de discurso verbal a imágenes, mapas, diagramas y sonido tan fácilmente como a otro fragmento verbal, expande la noción de texto más allá de lo meramente verbal, no haré la distinción entre hipertexto e hipermedia. Con hipertexto, pues, me referiré a un medio informático que relaciona información tanto verbal como

---

<sup>11</sup> Textos, pero con soporte informático formado por palabras que pueden estar vinculadas con otros textos o documentos, su estructura es no lineal. A través de colores, subrayados, notas o imágenes se indican los vínculos y por medio de ellos es posible pasar de un texto a otro (Wolton 2000:13). En cambio, en los contenidos televisivos los textos lingüísticos o visuales tienen secuencia lineal.

no verbal. Los nexos electrónicos unen lexias tanto externas a una obra, por ejemplo, un comentario de esta por otro autor, o textos paralelos o comparativos, como internas y así crean un texto que el lector experimenta como no lineal o, mejor dicho, como multilineal o multisequencial (cf. Graupera Sanz s/d citando a Landow).

Por lo tanto el análisis hipertextual consistiría en identificar la composición de esos hipertextos acordes al objeto de estudio temático. Los componentes del hipertexto en un modelo básico son: 1) conjunto de nodos (elementos que contienen la información) 2) los enlaces entre nodos (links) 3) el conjunto de anclajes (que identifican el inicio y el destino de cada enlace) y 4) conjunto de mapas de navegación (incluye representaciones de la totalidad o parte de la información contenida en el hipertexto).

Para nuestro estudio sobre los sitios de juego nos es útil el análisis hipertextual solo en un primer plano de análisis ya que el identificar y cuantificar los diferentes nodos existentes nos permite dar respuesta a la comparación entre las variables aplicadas a nuestras dos otras fuentes de información y unidades de análisis generales. Y es aquí en donde resultan complementariamente con la técnica del análisis de contenido “más tradicional”, pues es en ese plano de análisis en donde es posible hacer comparaciones entre nuestras categorías de análisis descritas en el siguiente apartado). Las diferentes bifurcaciones de los nodos, nos dicen algo sobre nuestro objeto de estudio (información sobre los sitios y sus productores y sus redes de relaciones), mas no tanto sobre su contenido.

Como el usuario de Internet es un espectador/operador y a la vez un jugador en la navegación de sitios de juego, para entender el comportamiento de todas las categorías y dimensiones consideradas en el análisis no basta con realizar el Análisis Hipertextual y como parte de éste, el Análisis de Contenido mas propiamente dicho, sino que hay que recurrir a la triangulación con la observación de nueva manera y porque no de la entrevista o cuestionario incluso a través del mismo Internet.

### **Categorías de análisis**

En un intento de cumplir con un importante requisito, ser sistemático, en la elaboración de un modelo metodológico para el estudio en proceso, es

decir, aplicar un procedimiento semejante a las tres “realidades” observables es que se construyeron las siguientes categorías analíticas, y que además sean ayuda para responder las preguntas de investigación planteadas dentro de los objetivos del proyecto. Se puede hablar de categorías a dos niveles, uno general y otro particular.

Las categorías generales guardan estrecha relación con conceptos que a su vez constituyen elementos y componentes fundamentales del juego: sujeto, espacio, materiales y tiempo. Las categorías particulares de análisis están contenidas en la siguiente tabla:

	<b>Categorías particulares de análisis</b>	<b>Descripción o indicadores</b>
1	Tipo de juego	Registro del nombre del juego como se le conoce y ubicación de este dentro de la tipología presentada en la parte de resultados de este estudio.
2	Número de participantes	Registro del número de participantes en el juego
3	Tipo de participantes	Se registraba si eran niños o adultos, según su apariencia física, sin registrarse posibles edades cronológicas.
4	Género de los participantes	Se registraba el sexo de los participantes: femenino o masculino.
5	Relación entre los participantes dentro del juego	Se trazaba en una hoja de registro los participantes en el juego y las direcciones del vínculo establecido entre ellos.
6	Rol y status de los participantes en el juego	Se registraba el papel que desempeñaba en el juego cada uno de los participantes.

7	Juguetes utilizados	Todo aquel material físico que se utilizara para realizar el juego.
8	Uso de los juguetes	Se refiere a la manera en que los juguetes eran empleados dentro del juego y fuera del mismo.
9	Relación de los participantes con los juguetes	Se registraba el tipo y dirección del vínculo entre los participantes y los juguetes.
10	Textos y diálogos en torno a la situación del juego	Se registraban todos los textos escritos y los diálogos presentes en torno a la situación del juego o del juguete.
11	Recurso técnicos para el manejo de las escenas en el caso de los mensajes electrónicos.	Se registraban los recursos técnicos en torno al manejo de escena referente a la situación del juego o del juguete presente en las grabaciones.

Las tipologías de juegos y juguetes se han ido construyendo a partir de un ir y venir entre la revisión bibliográfica (no sólo teórica, sino también de resultados de investigaciones empíricas) y la observación y registro de nuestras fuentes de información: la práctica real del juego, los contenidos televisivos y sus espacios publicitarios y los sitios de juego de Internet, encontrándose con la necesidad de construir categorías diferentes para cada caso, aunque a su interior contengan algunas semejanzas que en este momento no se detallarán, por no ser el objetivo de este trabajo; siendo la más destacable la terminología propia de cada medio o fuente de información.

Partimos de una clasificación de juegos general: (tradicionales/modernos y dentro de ellos construimos categorías más particulares, para cada una de nuestras unidades de análisis generales que de hecho aun permiten ser más trabajados:

Práctica real de juego	Televisión	Internet
<i>Inactivos</i> (No requieren, gran esfuerzo físico: ej. Muñecas, dibujar o colorear, muñecos superhéroes, tazos)	Las categorías utilizadas en la observación de la Práctica real del juego pudieron ser ampliamente aplicadas al análisis de los contenidos televisivos.	<i>Arcade o acción</i> (lo importante es la velocidad)
<i>Activos</i> (Requieren de gran esfuerzo físico: ej. correr, saltar en el piso o en el brincolín). No requieren reglas preestablecidas como los deportes.		<i>Estrategia</i> (las personas al otro lado de la línea son humanos con inteligencia mayor a cualquier ordenador)
<i>De opción</i> (ej. Ping-pong, lucha de zumo)		<i>Rol</i> (a través de la simulación, el internauta recorre diversos lugares venciendo diferentes obstáculos para sobrevivir)
<i>De mesa</i> (jugar cartas, fichas, etc.)		<i>Aventura</i> (el internauta a través de la simulación es participe de aventuras)
<i>Deportes</i> (fútbol, basquetbol, etc.). Requieren reglas preestablecidas., a diferencia de los activos		<i>Carreras</i> (de autos, avioncitos, etc.)

		<i>Clásicos</i> (refiriéndose a los primeros juegos electrónicos)
		<i>De lucha y Deportes</i>
		<i>De cartas</i> (llevados a la forma electrónica)
		<i>Matamarcianos o Matabichos</i> (se tienes que sobrevivir matando marcianos o bichos).
		<i>Puzzle y Trivia</i> (juegos informáticos de construcción y montaje o armado, basados en los tradicionales juegos de montaje)
		<i>Simulación</i> (basados en los tradicionales de simulación en que el jugador asume un rol de personaje, ejemplo ir a pescar). A diferencia de los de Rol son más tranquilos sin tener que vencer obstáculos.

Otra serie de categorías de análisis tienen que ver con los participantes en el juego como son: juego individual, colectivo y grupal, categorías aplicables a la observación de la práctica real de juego y de lo observado en los espacios televisivos y publicitarios, pero no así, a lo encontrado en los juegos en Internet, en donde las categorías son jugador solitario (en interacción necesariamente con el ordenador) juego entre dos personas a través del ordenador y multiplayer (equiparable, en cierto modo, al juego colectivo).

### **Alcances, limitaciones, posibilidades de las tres técnicas de análisis**

Rodrigo Alsina (2001: 160) resume, refiriéndose a la técnica del Análisis de Contenido sus ventajas (se pueden estudiar corpus amplios, la réplica es sencilla y la cuantificación permite la comparación y entre sus limitaciones, no profundiza en la creación de sentido y no tiene en cuenta las distintas estructuras discursivas).

En cuanto a la observación, tenemos que también Rodrigo Alsina (*idem.*) señala, aunque lo menciona como Trabajo de Campo: ventajas (Información rica y profunda, permite un estrategia de investigación flexible y se aproxima a la vida cotidiana) limitaciones (solo se pueden estudiar grupos o comunidades pequeñas y dificultad para generalizar).

Respecto al análisis hipertextual, debido al tamaño de la población de sitios de Internet y a la carencia de Mapas de Navegación en la mayoría de los sitios resulta difícil la definición inicial de la muestra, así como identificar tanto el sitio inicial (origen) y el sitio final (destino), comparado con el Análisis de Contenido posee la desventaja de que representa una útil herramienta de análisis inicial y en un primer plano de las estructuras de contenidos de Internet pero no nos dice mucho respecto a los contenidos particulares de cada sitio o página web, es aquí en donde resulta necesario recurrir a técnicas como el Análisis de Contenido ya referido o el empleo incluso de análisis discursivos, estos últimos según Rodrigo Alsina (*idem.*) nos permiten realizar análisis mas profundos de los discursos, así como distintos niveles discursivos, por el contrario en ellos generalmente el corpus suele ser de dimensiones reducidas y no considera las diferentes estructuras discursivas.

Las tres técnicas de análisis aquí presentadas y su combinación, por supuesto, que nos ofrecen información relevante y básica para responder nuestras preguntas de investigación, sin embargo es necesario revisarlas a la luz de nuestro modelo conceptual y teórico y sobre otras

dimensiones abordadas empírica y teóricamente por otros autores y que nosotros no abordaremos de manera empírica, pero que serán nuestros referentes mas amplios para entender los contextos en que se han conformado estas dinámicas diversas.

## Conclusiones

En este momento del proceso de elaboración del proyecto, me encuentro, a manera de hipertexto, en sentido metafórico, en un lugar y fase en que se da inicio a la apertura de múltiples opciones de caminos que a su vez pueden guiarme a muy diferentes destinos iniciales planteados en los primeros objetivos del proyecto.

Este texto, en cierta forma está escrito a manera de hipertextos, puesto que hay muchos conceptos, por ejemplo, que no se desarrollan aquí por no considerarlo pertinente para los objetivos de este documento y por lo tanto se remite a otros documentos. El modelo de análisis aquí descrito, está sujeto aun a revisión y puesto en práctica en una fase aun no terminal.

## Referencias bibliográficas

Cervantes Barba, Cecilia “Análisis de contenido y etnografía en el estudio de la producción de noticias” en Cecilia Cervantes Barba y Enrique E. Sánchez Ruiz (comps.) Investigar la comunicación. Propuestas Iberoamericanas, Guadalajara, México: UdeG/ALAIC, 1994.

Banet, Miquel “Paradoja de los entornos virtuales” en línea: <http://www>. Consultado el 4 de octubre de 2002.

Fuentes Navarro, Raúl La investigación de la comunicación en México. Sistematización documental 1986-1994 Guadalajara, México: Universidad de Guadalajara/ITESO, 1996.

\_\_\_\_ “Exploraciones teórico-metodológicas para la investigación sociocultural de los usos de Internet” en Maria Immacolata Vassallo de Lopes y Raúl Fuentes Navarro (comps.) Comunicación. Campo y objeto de estudio. Perspectivas reflexivas latinoamericanas México, ITESO, Universidad Autónoma de Aguascalientes, Universidad de Colima, Universidad de Guadalajara, 2001. También en línea:

<http://www.eca.usp.br/alaic/chile2000/17GT2000TeoriaseMetodologias/RaulFuentes.doc> Ponencia presentada en el Grupo de Trabajo “Teoría y metodología de la Investigación” en el V Congreso de la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación, ALAIC/UDP, Santiago de Chile, abril 26-29 de 2000.

Gómez Mont, Carmen “Un balance de su estudio en México. Experiencias y desafíos de las nuevas tecnologías de información” Revista Mexicana de Comunicación, num. 54. Consultada en línea el 12 de enero de 2003. <http://www.cem.itesm.mx/dacs/buendia/rmc/rmc54/carmen.html>

Graupera Sanz, Marta “Metamorfosis de los rostros del riesgo: Hipertexto y edición en la ‘cultura digital’. (Apuntes en torno a la convergencia comunicativa”. En línea: <http://www.towerofbabel.com/map>

Hernández Ramírez, Ma. Elena La producción noticiosa Guadalajara, Mexico: Universidad de Guadalajara, Centro Universitario de Ciencias Sociales y Humanidades, 1995.

Lamas, Carlos (2002) “La investigación de Internet” Telos. Cuadernos de comunicación, tecnología y sociedad, num. 52, julio septiembre, 2002, segunda época, España: Fundesco. En línea: <http://www.campusred.net/telos/articuloexperiencia.asp?idarticulo=1>

Lozano Rendón, José Carlos “Hacia la reconsideración del análisis de contenido en la investigación de los mensajes comunicacionales” en Cecilia Cervantes Barba y Enrique E. Sánchez Ruiz (comps.) Investigar la comunicación. Propuestas Iberoamericanas, Guadalajara, México: UdeG/ALAIC, 1994.

Pineda Alcazar, Migdalia “Los procesos de la comunicación a la luz de los medios interactivos: revisiones conceptuales y de tipologías” en Maria Immacolata Vassallo de Lopes y Raúl Fuentes Navarro (comps.) Comunicación. Campo y objeto de estudio. Perspectivas reflexivas latinoamericanas México, ITESO, Universidad Autónoma de Aguascalientes, Universidad de Colima, Universidad de Guadalajara, 2001. También en línea: <http://www.eca.usp.br/alaic/chile2000/17GT2000TeoriaseMetodologias/MigdaliaPineda.doc>, Ponencia presentada en el Grupo de Trabajo “Teoría y metodología de la Investigación” en el V Congreso de la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación, ALAIC/UDP, Santiago de Chile, abril 26-29 de 2000.

Rodrigo Alsina, Miquel Teorías de la comunicación. Ámbitos, métodos y perspectivas Zaragoza, España: Univeritat Autoònom de Barcelona, Universitat Jaume I, Universitat Pompeu Fabra y Universitat de València, 2001.

Ruiz Olabuénaga, José Metodología de la investigación cualitativa Bilbao. España: Universidad de Deusto, 1999, 2ª. Edición.

Tovar Peña, Teresa “Juguetes, juegos, televisión y educación informal” en José Luis Ramos y Janet Martínez. Memorias del Primer Coloquio Internacional “Juego, Educación y Cultura”. Oaxaca, Oax. México: Proyecto Juego, Educación y Cultura/ENAH, 2000.

\_\_\_\_\_ “Internet como juguetería cibernética, una opción dentro de la economía global”. Ponencia presentada en el XIV Encuentro Nacional de Investigadores de la comunicación. “Tendencias de la Investigación de la comunicación. Hacia la construcción de un nuevo escenario”. Tequisquiapan, Querétaro, México: Asociación Mexicana de Investigadores Comunicadores A.C., 24, 25 y 26 de mayo, 2002a. La Memoria del Encuentro fue editada en CD por la misma Asociación.

\_\_\_\_\_ “Internet, juegos y juguetes. Una nueva forma de jugar” Ponencia presentada en el VI Congreso Latinoamericano de Ciencias de la Comunicación. “Ciencias de la Comunicación y sociedad: un dialogo para la era digital”, realizado en Santa Cruz de la Sierra, Bolivia: UPSA/ALAIC junio de 2002b. La Memoria del Encuentro fue editada en UPSA/ALAIC.

\_\_\_\_\_ “Plays, playthings, players, television and New Technology. From the tradition to the global”, Ponencia presentada en el XV World Congress of Sociology, Brisbane, Australia, julio 7-13, 2002c. Puede ser consultado en línea: <http://www.sociology2002.com>

Vassalo Lopes, Maria Immacolata Pesquisa em comunicação. Formulação de um modelo metodológico. São Paulo, Brasil: Ediciones Loyola, 1994.

\_\_\_\_\_ “La investigación de la comunicación: cuestiones epistemologías, teóricas y metodológicas” Diá-logos de la comunicación, num. 56. Lima, Peru: Felafacs. 1999.