

## Antropología

# De la Etnografía antropológica a la Etnografía virtual

## Estudio de las relaciones sociales mediadas por Internet

**Manuel Andrés Mosquera Villegas<sup>1</sup>**

### Resumen

Con la introducción de las tecnologías de la información y la comunicación en la vida cotidiana, las relaciones sociales han llegado a adquirir una nueva dimensión, la virtualidad, que al ser considerada una opción para el desarrollo de relaciones interpersonales, ha demostrado también ser un nuevo espacio para la producción cultural en que las ideas de corporeidad, espacio y tiempo no existen tal como se conciben clásicamente. Esto ha traído grandes cambios en la manera de pensar los fenómenos sociales, así como nuevos conceptos para el desarrollo de las metodologías de investigación en el campo de las ciencias humanas.

---

1 Docente-Investigador de la Universidad Nacional Experimental Politécnica Antonio José de Sucre, Graduado como Profesor de Inglés, con Maestría en Gerencia Educacional y Doctorado en Educación. Acreditado en el Programa de Promoción al Investigador para el periodo 2005-2008. Coordinador de Desarrollo Docente en la Dirección de Investigación y Postgrado, Coordinador de la Línea de Investigación denominada Lingüística Aplicada a la Enseñanza de la Ciencia y la Tecnología. Correo electrónico: manuelandresmosquera@gmail.com

En este marco de transformación paradigmática, la Etnografía viene a requerir un redimensionamiento de sus conceptos y la adaptación de sus principios básicos al estudio de las relaciones sociales mediadas por las tecnologías digitales, principalmente representadas por Internet. El presente trabajo trata de un análisis teórico-reflexivo que pretende mostrar una caracterización de la Etnografía clásica, sus orígenes y principios más resaltantes dentro del campo de la investigación social, así como las propuestas de modificación producto de las exigencias demandadas por la cibersociedad. Al finalizar, se presentan los conceptos básicos que sustentan al método de Etnografía virtual para el estudio de las relaciones sociales mediadas por Internet.

**Palabras clave:** Etnografía virtual, Ciencias Sociales, investigación cualitativa

## Abstract

### **FROM ANTHROPOLOGIC ETHNOGRAPHY TO VIRTUAL ETHNOGRAPHY STUDY OF SOCIAL RELATIONS MEDIATED BY INTERNET**

*Since the introduction of the Technologies of Information and Communication to the quotidian life, the social relations have come to acquire a new dimension, the virtuality, that being considered as an option for the development of interpersonal relations, has shown to be also a new space for the cultural production in which the ideas of corporeity, space, and time do not exist as they are classically conceived. This has brought great changes about the way to think the social phenomena, as well as new concepts for the development of research methodologies in human sciences. In this framework of paradigmatic transformation, the Ethnography requires, as one of the most relevant methods in the approach of qualitative research, a resizing of its concepts and the adaptation of its basic principles for studying to the social relations mediated by digital technologies, mainly represented by Internet. This work is a reflective-theoretical analysis that seeks to show a characterization of the classical Ethnography, its origins and most relevant principles in the field of social research, as well as the proposals of modification derived from the cyber-society exigencies. At the end, it is presented the basic concepts that support the virtual Ethnography to the study of social relations mediated by the Internet.*

**Key words:** virtual Ethnography, Social Sciences, qualitative research

## 1. El método etnográfico

Toda investigación en el campo de las Ciencias Sociales requiere adoptar un paradigma a partir del cual se iniciará el proceso de búsqueda de respuestas a los fenómenos de la realidad. Más que una elección, la adscripción a un paradigma de investigación conlleva a la formulación de una serie de preguntas que permitirán al investigador realizar una primera aproximación a la ontología de lo investigado, enmarcando los conceptos en los que se delimita su trabajo.

Estrechamente vinculado a la investigación en el campo de las Ciencias Sociales, el paradigma interpretativo de la realidad se impone con sus metodologías enmarcadas en un enfoque cualitativo, relegando aquellos métodos cuantitativos propios del paradigma positivista, los cuales se perciben incapaces de medir aspectos inherentes a las relaciones humanas más allá de las relaciones cuantificables.

Desde esta perspectiva, y en un esfuerzo por encontrar fortalezas, dificultades, alcances y limitaciones de un enfoque cualitativo, y no la búsqueda de soluciones definitivas (Rusque, 2007:51), el investigador debe preguntarse ¿Cómo se puede conocer la realidad social? ¿Cuál es el papel del investigador social? ¿Con qué instrumentos se puede realizar la recolección de información en la investigación social? Por ello, es importante profundizar en las bases epistemológicas que permitan comprender la Etnografía como una metodología dentro del enfoque cualitativo en el paradigma interpretativo.

Cuando se hace la descripción de una cultura se hace etnografía, la cual es un método de investigación usado inicialmente en la Antropología. Según Goetz y LeCompte (citados por Rusque, 2007):

...una etnografía es una descripción o reconstrucción analítica de escenarios y grupos culturales intactos o un método de investigación social, aunque sea de tipo poco común, puesto que la gente trabaja con una amplia gama de fuentes de información, guardando una estrecha semejanza con la manera como la gente otorga sentido a la vida cotidiana (Hammersley, 1984; citado por Rusque, 2007:51)

Es evidente la influencia ejercida por la Antropología cultural sobre el uso de la Etnografía en el ámbito de la Sociología. A partir de los aportes de la Escuela de Chicago, a finales del siglo XIX e inicios del siglo XX, la Etnografía se convierte en una metodología usada por los sociólogos como respuesta a la crítica planteada contra el uso de los métodos positivistas para los estudios sociales. Con el tiempo, la Etnografía ha extendido su uso y ha sistematizado sus procedimientos de investigación, pasando de ser una “corriente alternativa y minoritaria” de inicios de siglo, a una metodología de uso extendido donde sus procedimientos de obtención, verificación y análisis de datos han aumentado el interés de los investigadores.

El método etnográfico esta muy relacionado con un enfoque naturalista de la investigación al “observar el fenómeno social en su medio habitual, también llamado natural.” En ella, el investigador intenta no producir alteraciones a la comunidad o grupo donde se lleva a cabo la investigación, estableciendo relaciones de confianza con los sujetos observados, buscando comprenderlos en sus intenciones, motivaciones anhelos y evitando las diferenciaciones en su trato con ellos (Rusque, op. cit.).

Debido a que existe una gran variedad de acepciones de la Etnografía y sus usos, comenzando por el enfoque original de la Antropología, pasando por la llamada Etnografía científica, la Etnografía educativa, la Microetnografía, entre otras, es importante hacer una delimitación de lo que en esencia es la Etnografía como método de investigación en las Ciencias Sociales. Al respecto, Martínez (1996:200) considera que los elementos básicos de la investigación etnográfica son los siguientes:

- Un enfoque inicial exploratorio y de apertura mental ante el problema a investigar.
- Una participación intensa del investigador en el medio social a estudiar.
- Uso de técnicas múltiples e intensivas de investigación con énfasis en la observación participante y en la entrevista con informadores representativos.

- Un esfuerzo explícito para comprender los eventos con el significado que tienen para quienes están en ese medio social.
- Un marco interpretativo que destaca el papel importante del conjunto de variables en su contexto natural para la determinación de la conducta, y que pone énfasis en la interrelación holística y ecológica de la conducta y los eventos dentro de su sistema funcional.
- Resultados escritos (Etnografía) en los que se interpretan los eventos de acuerdo con los criterios señalados y se describe la situación con riqueza de detalles y, tan vívidamente, que el lector pueda tener una vivencia profunda de lo que es esa realidad.

De igual manera, Rusque (2007:54) considera que estos señalamientos permiten afirmar que el método etnográfico es hoy en día una perspectiva de observación del comportamiento habitual de los actores, con un abordaje específico que lo identifica y que hace de la observación participante un método privilegiado, sobre todo, en estudio de organizaciones y comunidades. La autora señala las siguientes como algunas definiciones del término etnografía:

- Descripción de un modo de vida, de una raza o grupo de individuos.
- Descripción o reconstrucción analítica de escenarios y grupos culturales intactos.
- Es el arte y la ciencia de describir un grupo o una cultura.
- La Etnografía es el estudio descriptivo de la cultura de una comunidad o de algunos de sus aspectos fundamentales, bajo la perspectiva de comprensión global.

Basándose en estos conceptos básicos, quien se dedique a la investigación con esta metodología debe esforzarse por observar a los sujetos de una manera imparcial, manteniendo la “epojé” fenomenológica de ir mas allá de las construcciones del sentido común, e impidiendo

que sus propios conceptos se proyecten en la realidad que se conoce (Rusque, 2007:54).

El objeto del investigador etnográfico es observar para interpretar y así explicar la vida de los grupos, por medio del conocimiento producto de la descripción, interpretación y explicación (op. cit.:55). Para ello, los métodos cualitativos son una poderosa herramienta descriptiva que permite inferir, explicar y describir los fenómenos, así como las causas de influencia recíproca inmediata (Hyles y Huberman, citados por Rusque, 2007:55). De igual manera, las palabras y narraciones son superiores a las cifras para describir las cualidades intrínsecas de los fenómenos observados a partir de un nivel de comprensión intuitiva de los mismos, lo cual es imposible por otros métodos.

## **2. El proceso etnográfico**

Uno de los rasgos predominantes del proceso etnográfico y que define las fases de indagación en esta metodología, es el carácter emergente de sus etapas, las cuales no están claramente definidas como en otros tipos de investigación. Sin embargo, es necesario que el investigador tenga un marco inicial sobre el “qué,” “quién,” “dónde,” “cuándo,” “porqué” y “cómo” acerca de la realidad a estudiar.

Rusque (2007) plantea cuatro fases básicas del proceso de investigación etnográfica. En la primera se selecciona el campo de estudio y se determinan las interrogantes de la investigación, así como el marco teórico. En una segunda fase se seleccionan los informantes y fuentes de datos, las estrategias de recolección y almacenamiento de información. La tercera fase es el trabajo de campo mismo, mientras en la cuarta se realiza el análisis de la información.

### **3. Las nuevas etnografías en la era de la información**

La tecnología es considerada hoy en día como un elemento determinante de la época postmoderna. Se interpreta que el elemento tecnológico esta cambiando la sociedad actual, transformando de manera acelerada la forma como la gente vive, trabaja y se relaciona (Aretio, 2007:303). Al mismo tiempo, se percibe un proceso de globalización que radica en la combinación de la liberalización de los intercambios de bienes y servicios, así como de los movimientos de capitales a nivel internacional. Este fenómeno apareció hace mucho tiempo con el desarrollo del comercio internacional, pero desde hace algunos años se ha intensificado considerablemente gracias a un contexto político e ideológico particularmente favorable a su desarrollo, así como a la aceleración de las innovaciones tecnológicas, especialmente en el campo de la comunicación (Hallak, 1998).

Esta realidad de los procesos de globalización y el aumento de la tecnología en la vida cotidiana, permiten ubicar esta época en un contexto histórico, brindando una estructura explicativa que convierte la experiencia del pasado en fuente de aprendizaje relevante. Lo que estamos viviendo en este momento es la transición de una época relativamente estable, en la que la industria y el mercado convencional regían el desarrollo de los estados-naciones, a una fase de crisis paradigmática en la que se percibe una visión del mundo más enfocada en el ser humano, y donde la información y el conocimiento son elementos determinantes para el desarrollo de las naciones.

En relación con lo anterior, Torres (1999:18) señala que este momento de crisis paradigmática, conocido como postmodernidad, tiene sus efectos tanto en la vida cotidiana de las personas como en las Ciencias Sociales, y en los métodos con los que usualmente se trabaja en las ciencias humanas.

No es de extrañar entonces que así como han surgido en el transcurso del tiempo etnografías con nuevos apellidos, como etnografías antropológicas, científicas o educativa, hoy se nos presenten nuevas

etnografías relacionadas con las nuevas tecnologías con las que se construyen nuevas realidades en la vida cotidiana.

### **3.1. Nuevas tecnologías, nuevas etnografías: las etnografías de lo digital**

Con el surgimiento de la fotografía y del video, los comunicadores sociales han hablado de una Etnografía mediada por la tecnología. Más aún, con la aparición de los dispositivos digitales de fotografía y videos se señala a esta disciplina como el estudio de las relaciones sociales mediadas por las tecnologías digitales.

En la Etnografía mediada o digital, los dispositivos no son sólo instrumentos, sino que son elementos mediadores que transforman las prácticas, entidades y sujetos y tienen efectos en la práctica etnográfica (Ardévol y Vayreda, 2002). De esta manera, la aparición de la radio, la televisión, el computador, los teléfonos digitales, Internet, mp3 y mp4, buscadores web, e-mail, Messenger entre otros, han incluido en las relaciones interpersonales elementos que en cierta forma han hecho cambiar la manera en que la gente se interrelaciona, y ha demandado nuevos enfoques de las metodologías clásicas de investigación para poder estudiar dichas relaciones.

Algunos autores señalan que estas relaciones mediadas por la tecnología, principalmente por Internet, son generadoras de cultura, la cibercultura, la cual se localiza en un espacio virtual o ciberespacio, sin tiempo cronológico ni territorio y habitado por cibernautas o internautas. Ese nuevo tejido social, esas nuevas estructuras que la sociedad ha ido moldeando a partir de la experiencia posmoderna y del consumo mediático, adquieren centralidad al momento de abordar el estudio de Internet como medio de masas.

La construcción de la red de relaciones se va dando también simultáneamente entre las que se construyen dentro y fuera de Internet, dependiendo básicamente de los intereses, valores y afinidades. Sin embargo, es importante señalar, que las relaciones en el espacio virtual, además de los intereses, valores y afinidades, se priorizan por la rapidez, simultaneidad de la comunicación, masividad, actualización



continua, etc. Es decir, que estos factores propios de Internet, también se consideran al momento de establecer la red. De allí que se observa que, al momento de discutir e intercambiar información, se priorice el chat y aparezcan las personas con ese mismo interés y necesidad inmediata de discutir lo expuesto. No así como cuando se organizan convenciones, para lo cual se reúnen personas en una casa con pocos miembros a discutir toda la tarde sobre posibles actividades (Castells, 2001).

Picciuolo (1998) indica algunas respuestas a la interrogante sobre qué hacen las personas en Internet, en una caracterización sobre el actuar de sus usuarios. En primer lugar, todos los cibernautas son iniciados en las nuevas tecnologías al conocer las funciones básicas de las computadoras. En segundo lugar, todos buscan información en una actitud atenta frente al computador haciendo "click" en los enlaces. En tercer lugar, la noción de tiempo es distinta de la que se tiene normalmente, ya que se puede estar interactuando con personas en diferentes partes del globo al mismo momento, lo cual hace que el tiempo de Internet sea distinto al mundo fáctico. Con respecto al espacio, este autor señala que no se puede tomar como distinto, ya que el espacio en Internet no existe, "uno nunca sabe si está visitando una web en su mismo pueblo o en las antípodas." Otro punto importante señalado por el autor es la irracionalidad de la red al carecer de objetivos fijos, de tal manera que la búsqueda de información parece no terminar nunca y una inmersión puede acabar por motivos externos al propósito que la generó, lo cual "provoca un constante estado de insatisfacción."

Adicionalmente, asumimos a Internet como generador de sentidos, valoraciones y funciones particulares, que dan cuenta de una cultura que se produce y reproduce mediáticamente. Como lo han insinuado algunos estudiosos de la cultura, algunos beneficios que se derivan de las relaciones mediadas por los medios de difusión son: fomentar un sentido de pertenencia, promover el compañerismo, facilitar la interacción personal, adquirir nuevas percepciones de uno mismo y los demás, fraguar un sentido de la identidad, adquirir una sensación de estar controlado, experimentar liberación emocional, escapar de la realidad no deseada y suministrar una fuerte relajación.

Todo lo anterior es sólo una muestra de las relaciones sociales mediadas por Internet y de este medio de comunicación como generador de cultura. Además, la web puede ser vista como un lugar donde lo escolar, así como otras actividades, se hacen visibles de una manera específica. Los análisis de la web varían de análisis estructurales y estadísticos hasta estudios de etnografía virtual (Scharnhorst et al, 2006).

### **3.2. La etnografía virtual**

Los entornos virtuales en los que se ubican los contextos de Internet están siendo estudiados desde su aparición con una óptica social, tanto desde el enfoque cualitativo de la investigación, como desde un enfoque cuantitativo en búsqueda de los variados conceptos y representaciones que este mundo ofrece. Al usar viejas metodologías, como es el caso de la Etnografía para el estudio de los comportamientos sociales y culturales mediados por las nuevas tecnologías, es inevitable que surjan preguntas como las siguientes: ¿En qué medida lo digital altera las bases epistemológicas de la Etnografía? ¿Con qué premisas epistemológicas se debe abordar el estudio de lo digital? ¿Cómo incluir los dispositivos técnicos en el análisis etnográfico de lo digital? ¿Cuáles son los efectos de la inmaterialidad en el estudio de fenómenos mediados por la tecnología? ¿Cómo se adaptan los instrumentos y técnicas básicas de la Etnografía (entrevista, observación participante, etc.) en el estudio de lo digital?

En relación con las interrogantes planteadas y basándose en el aporte de Picciuolo (1998) se puede afirmar que la Antropología puede aportar algo al estudio de un espacio nuevo, donde se están generando nuevas reglas y donde, por primera vez, hay un contacto multiétnico generalizado. En Internet, ese espacio nuevo no se ubica en ninguna parte y genera sus propias reglas.

El ciberespacio y la cibercultura hacen necesaria la adopción de la Ciberantropología y de ella el nacimiento de la Etnografía de la cibercultura en nuevas etnografías llamadas Ciberetnografía (Escobar, 1994), Etnografía del ciberespacio (Hakken, 1999), Etnografía virtual (Hine, 2000), Antropología de los medios (Ardèvol y Vayreda, 2002), Etnografía mediada (Beaulieu, 2004), Etnografía de/en/a través de

Internet (Beaulieu, op. cit.), todas ellas como diversidad de nombres para lo que en este trabajo se llama Etnografía digital, pero que en los estudios de Internet es más conocida como “Etnografía virtual.”

Hine (2000) observa que la Etnografía es una metodología ideal para iniciar estudios en torno a Internet, ya que con ella se puede explorar las interrelaciones entre las tecnologías y la vida cotidiana de las personas en el hogar, en la oficina y en cualquier otro lugar del mundo real. Por tanto, se percibe que la perspectiva etnográfica puede adaptarse para la comprensión de los fenómenos en Internet.

En relación con la Etnografía virtual, Domínguez (2007), en un análisis inverso sobre esta modalidad de la Etnografía, permite apreciar la disparidad de criterios en torno a este método y a su forma de aplicación en la práctica. Al respecto, el autor señala que la Etnografía virtual no trabaja (sólo) con comunidades virtuales, no busca (sólo) grupos más o menos homogéneos (con características comunes) estén o no ubicados en contextos espaciales euclidianos, su campo de estudio no es (sólo) el ciberespacio, los temas que estudia no son (sólo) los temas de los que tratan las comunidades virtuales, su método de estudio no consiste (sólo) en analizar las comunicaciones en un espacio virtual. Para Domínguez, la Etnografía en y de Internet es todo eso y algo más; es algo que tiene que ver con el concepto de cultura y con un modo particular de hacer. También es un método desvinculado de los particularismos, de los enfoques micro de la realidad. Su situación es equidistante del estudio de un caso particular y de la generalización de teorías que tienen por base comportamientos coyunturales.

### **3.3. Reformulaciones metodológicas en la Etnografía virtual**

Los problemas con los que se puede enfrentar el etnógrafo en el contexto de Internet se relacionan con algunas asunciones generalizadas acerca del ciberespacio. Para Hine (2000), las limitaciones referidas se pueden dividir en tres categorías: cambios en el rol del tiempo y el espacio; cambios en las comunicaciones y en el rol de los medios de comunicación social.

Los efectos de estos cambios se traducen en limitaciones más específicas que la realidad virtual impone a los estudios etnográficos, tales como las señaladas a continuación: primero, es difícil precisar el objeto de estudio, el espacio físico deja de tener importancia y lo corporal no es necesario para las relaciones sociales (Infantes, 2006). Aunque algunos investigadores de lo digital, como Dreyfus (2003), afirman que la incorporeidad y la carencia de relaciones sensoriales entre los sujetos en el contexto de Internet, trae consecuencias indeseadas en los procesos de aprendizaje virtual.

A pesar de todas estas limitaciones presentadas por la nueva dimensión virtual producto del uso de Internet para mediar las relaciones sociales, se percibe en las afirmaciones de Hine (2000) la posibilidad cierta de realizar investigación etnográfica a través de Internet. Algunos beneficios de la adaptación del método etnográfico para este propósito incluyen que se gana simetría en la exploración, pues el investigador emplea los mismos medios que sus informantes. Los desarrollos en etnografías móviles y multisituadas también dan algunas guías para explorar la constitución de objetos etnográficos que atraviesan espacios geográficos junto a sus informantes. Tales desarrollos permiten pensar en la Etnografía como modo de conocer a través de la experiencia, sin pretender producir un estudio que abarque la totalidad de una cultura determinada. Con ello se abren, simultáneamente, las posibilidades de repensar la conformación de un objeto etnográfico y reformular las bases del compromiso de esta metodología con el campo y la práctica.

Se debe entonces proponer algunos principios para llevar a cabo una Etnografía virtual, es decir, una Etnografía sobre Internet y construida en Internet, que puede ser parcialmente concebida como una respuesta adaptativa y plenamente comprometida con las relaciones y conexiones, y no tanto con la localización, a la hora de definir su objeto.

## 4. Algunos conceptos por revisar

Una vez que se decide utilizar la metodología etnográfica para el estudio de las relaciones sociales mediadas por Internet, surgen algunos problemas que el investigador debe afrontar, los cuales se explican a continuación.

### 4.1. Rol del ciberetnógrafo

Al igual que en la Etnografía clásica, el etnógrafo virtual debe considerar algunos aspectos que pueden ayudarle a que el proceso de investigación se desarrolle en un ambiente de intersubjetividad y de respeto por el comportamiento natural del grupo social estudiado.

Para la inmersión en el campo, “el investigador, al igual que los informantes, debe pasar por un proceso de socialización a partir del extrañamiento y la empatía. Esto lo hace coparticipante e interactuante en el contexto” (Infantes, 2006). La inmersión se da con la interacción y socialización con los sujetos seleccionados tomando en cuenta el contexto cultural del internauta, sumergiéndose entre sus informantes con empatía, siguiendo los códigos de conducta establecidos, dominando el mundo simbólico y su lenguaje particular, definiendo la cibercultura de la comunidad en estudio, entendiendo el ciberespacio como unidad de observación tempo-espacial diferente, tejiendo una red de informantes, estableciendo el compromiso y negociación y teniendo cuidado con la subjetividad e intersubjetividad. Como en todo trabajo de campo, uno de los aspectos que debe saber evitar el investigador es “no convertirse en nativo cibernético, y si lo hace, al menos ser consciente de ello y procurar un proceso de distanciamiento que le permita volver a recuperar su capacidad de extrañamiento y objetividad” (Infantes, op. cit.).

### 4.2. Idea de campo

En la Etnografía aplicada a estudios de Internet se requiere responder a las siguientes preguntas: ¿Cómo delimitar el campo de estudio? ¿Dónde empieza y dónde termina el contexto de investigación? Según Ardèvol et al (2003), el método etnográfico comienza con la estadía prolongada en un lugar concreto, dónde el investigador comparte

plenamente la vida de una comunidad o grupo social. En el ciberespacio, lo que recoge la pantalla son interacciones entre personas que entran y salen del canal y están, a su vez, en contextos sociales diversos y en distintas conversaciones simultáneas. En los chats, por ejemplo, los participantes no pasan la mayor parte de su vida conectados a la red. Por tanto, es importante decidir si es conveniente seguir sus vidas fuera de la pantalla.

### **4.3. Entrada al campo y observación participante**

Al hacer la inmersión en un entorno de Internet el investigador puede que desconozca la tecnología mediadora así como la simbología y normas que rigen al entorno “sociotécnico.” Por tal motivo es importante recoger las impresiones en un cuaderno de campo, donde se puede llevar registro de todas las dificultades.

Según Ardèvol et al (op. cit.), desde diferentes perspectivas teóricas, varios estudios han utilizado el método etnográfico como estrategia de investigación para estudiar temas como la identidad y la sociabilidad en línea, el establecimiento de categorías online, reglas de comportamiento, resolución de conflictos, sentimiento de pertenencia al grupo, etc., adaptando la observación participante y la realización de entrevistas. Estos constituyen estudios cualitativos, realizados a partir de técnicas de observación participante, entrevistas en línea o cuestionarios por correo electrónico que exploran diferentes aspectos de la vida social en la red.

### **4.4. Identidad del observador / investigador**

Para la entrada al campo algunos investigadores han señalado que es necesario en algunos casos, crear una nueva identidad para poder explorar el medio con libertad y para evitar una actitud distanciada en relación con los demás participantes. Esto representa un problema ético. Por un lado, es importante presentarse al grupo como investigador y poner en claro los objetivos que se persiguen, sin embargo, en algunos entornos virtuales, como por ejemplo el chat, es imposible saber de antemano a quien se va a dirigir el investigador, así como las relaciones que mantienen los participantes, ni cómo interactúan. Debido a que los

chats son de libre acceso y que nunca se conoce la verdadera identidad de los participantes en el mundo real, se puede iniciar la inmersión de manera anónima y esperar a estar más en confianza para explicar el propósito y pedir autorización formal para utilizar la información y realizar la entrevista en profundidad.

#### **4.5. Entrevista semiestructurada**

Durante la fase de la observación participante es importante diseñar un guión de entrevista para obtener la información que no sea fácilmente accesible con la observación participante, para contrastar algunas hipótesis que se van planteando, resolver dudas y ampliar la información.

La elaboración de la guía que orientará los temas sobre qué preguntar, se puede realizar a partir de la información e impresiones recogidas hasta el momento durante la observación participante y tomando como base los objetivos principales y el tema de la investigación. La lógica del guión debe intentar recoger desde distintas perspectivas el eje central de la investigación.

### **5. De la Etnografía antropológica a la Etnografía virtual**

A manera de conclusión, se pueden sintetizar algunos aspectos que caracterizan a la Etnografía virtual y que la definen como una extensión de la Etnografía antropológica clásica, adaptados a la nueva dimensión de la virtualidad en las relaciones sociales producto de los avances tecnológicos en la postmodernidad.

En este sentido, el estudio de la cibercultura requiere la adaptación de los conceptos de las metodologías clásicas de investigación antropológica, pasando por la llamada Etnografía científica, la Etnografía educativa, la Microetnografía, hasta llegar a la Etnografía virtual.

Aún cuando las cuatro fases básicas del proceso etnográfico se mantienen para todos los tipos de Etnografía, en la Etnografía mediada o digital, en la cual se enmarca la Etnografía virtual, los dispositivos son elementos mediadores que transforman las prácticas, entidades y sujetos y tienen efectos en la práctica etnográfica. Por esa razón, es necesario adoptar nuevos enfoques de las metodologías clásicas de investigación para poder estudiar las relaciones sociales en dicho contexto.

Ya que las relaciones mediadas por la tecnología son generadoras de una cultura que se localiza en un espacio virtual o ciberespacio, sin tiempo cronológico, ni territorio y habitado por cibernautas o internautas, es relevante observar la forma en que lo digital altera las bases epistemológicas de la Etnografía y la adaptación que sufren sus instrumentos y técnicas básicas en el estudio de lo digital.

Autores como Hine, Aretio, Infantes y Ardèvol han observado que la Etnografía es una metodología con la cual se pueden realizar estudios en torno a Internet, ya que esta permite explorar las interrelaciones entre las tecnologías y la vida cotidiana de las personas en el hogar, en la oficina y en cualquier otro lugar del mundo real y, aún cuando existen limitaciones producto de los cambios en las concepciones del tiempo y el espacio, en las comunicaciones y en el rol de los medios, estos mismos cambios producen beneficios subyacentes a la adaptación del método.

Los aspectos por revisar en la Etnografía virtual tienen que ver con la idea de campo, entendiendo el ciberespacio como una unidad de observación tempo-espacial diferente, en el cual la inmersión se debe dar mediante la interacción con los sujetos seleccionados y teniendo cuidado de mantener los códigos de conducta establecidos, así como la subjetividad e intersubjetividad propia de las investigaciones cualitativas.

La elección del tema de investigación es también un aspecto importante que se debe revisar en esta nueva Etnografía. Varios estudios han utilizado el método etnográfico como estrategia de investigación para estudiar temas como la identidad y la sociabilidad en línea, el establecimiento de categorías online, reglas de comportamiento, resolución de conflictos, sentimiento de pertenencia al grupo, etc.



Se puede finalizar concluyendo que, si bien en la Etnografía virtual se mantienen algunos basamentos teórico-prácticos que la definen como una categoría dentro de las etnografías, se requiere que algunos de estos conceptos sean redefinidos con el propósito de adaptarlos a las necesidades propias del entorno al cual se enfoca en sus investigaciones, es decir, el entorno virtual de las relaciones mediadas por las tecnologías, mayormente representado por la Internet.

## Bibliografía

- ARDÈVOL, E. y VAYREDA, A. (2002). *La mediación tecnológica en la práctica etnográfica*. Universitat Oberta de Catalunya, Barcelona.
- ARDÈVOL, E., BERTRAN, M., CALLÉN, B., PÉREZ, C. (2003). *Etnografía virtualizada: la observación participante y la entrevista semiestructurada en línea*. Universitat Oberta de Catalunya, Barcelona.
- ARETIO, L.; RUIZ, M.; DOMÍNGUEZ, D. (2007). *De la educación a distancia a la educación virtual*. Ariel, Barcelona.
- BEAULIEU, A. (2004). *Mediating Ethnography: objectivity and making of ethnographies of the Internet*. Social Epistemology, Rotterdam.
- CASTELLS, M. (2001). *The Internet Galaxy: reflections on the Internet, Business, and Society*. University Press, Oxford.
- DOMÍNGUEZ, D. (2007). Intención de la Etnografía virtual. En: *Revista Electrónica Teoría de la Educación*, Madrid.
- DREYFUS, H. (2003). *Acerca de Internet*. Colección Nuevas Tecnologías y Sociedad. UOC, Barcelona.
- FERRADA, M. (2006). *Etnografía un enfoque para la investigación de weblogs en Biblioteconomía y Documentación*. Universidad Tecnológica Metropolitana, Chile.
- HALLAK, J. (1998). *Education and globalization*. UNESCO/IIPE (Contribuciones No. 26), París.
- HINE, C. (2000). *Etnografía virtual*. Universitat Oberta de Catalunya, Barcelona.
- INFANTES, A. (2006). *Nuevas etnografías y ciberespacio*. Monografía del Observatorio de la Cibersociedad, junio de 2007. Disponible en: [http://www.wikilearning.com/nuevas\\_etnografias\\_y\\_ciberespacio-wkc-20269.htm](http://www.wikilearning.com/nuevas_etnografias_y_ciberespacio-wkc-20269.htm)

- MARTÍNEZ, M. (1996). *Comportamiento humano*. Trillas, México.
- PICCIUOLO VALLS IBIZA, J. L. (1998). *Dentro y fuera de la pantalla. Apuntes para una Etnografía del ciberespacio*. 1er Congreso Virtual de Antropología y Arqueología, Ciberespacio, octubre. Disponible en: <http://www.naya.org.ar/congreso>
- RUSQUE, A. (2007). *De la diversidad a la unidad en la investigación cualitativa*. Vadell Hermanos Editores, Caracas.
- SCHARNHORST, A., VAN DEN BESSELAAR, P., WOUTERS, P. (2006). What does the Web represent? From virtual ethnography to web indicators. Volume 10, Issue 1. Paper. En: International Journal of Scientometrics, Informetrics and Bibliometrics.
- TORRES, F. (1999). Incidencias postmodernas en las teorías y métodos de las ciencias sociales. En: Revista *Ensayo y Error*, Año VIII. Nos. 16 y 17. Caracas.