

***Caminos cualitativos:
aportes para la investigación
en Ciencias Sociales***

Angélica De Sena

Colaboradores:
**Pedro Lisdero
Adrián Scribano**

**EDICIONES
ciccus**

Índice

Introducción	11
La entrevista: una mirada sobre la escucha desde dos experiencias	19
<i>Adrián Scribano y Angélica De Sena</i>	
Algunas reflexiones desde la Auto-etnografía como estrategia de investigación.....	41
<i>Angélica De Sena y Adrián Scribano</i>	
Etnografía Virtual: aportes para su discusión y diseño.....	71
<i>Angélica De Sena y Pedro Lisdero</i>	
Revisiones sobre el uso de datos secundarios en la investigación social cualitativa.	101
<i>Adrián Scribano y Angélica De Sena</i>	
Validez y validación: de sus usos y contenidos.....	123
<i>Angélica De Sena</i>	
Multi-método: un bosquejo sobre su sentido y organización.....	141
<i>Angélica De Sena</i>	
Sobre los autores	165

Revista del Instituto de Investigaciones Históricas Sociales. Facultad de Ciencias Sociales, año VIII, N° 12, abril, pp. 289-311, Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Perú.

—(2008), *El proceso de investigación social cualitativo*, Prometeo, Buenos Aires.

Smith, C. (2005), "Epistemological Intimacy: A Move to Autoethnography", *International Journal of Qualitative Methods*, vol. 4, N° 2 [en línea], dirección URL: http://www.ualberta.ca/~iiqm/backissues/4_2/pdf/smith.pdf.

Wall, S. (2006), "An Autoethnography on Learning about Autoethnography", *International Journal of Qualitative Methods*, vol. 5, N° 2, [en línea], dirección URL: http://www.ualberta.ca/~iiqm/backissues/5_2/pdf/wall.pdf.

Etnografía virtual: aportes para su discusión y diseño

Angélica De Sena
Pedro Lisdero²³

Resumen

El objetivo del presente trabajo es esquematizar los componentes básicos para realizar una EV (Etnografía Virtual). Se busca sintetizar, de manera introductoria, los ejes fundamentales desde los que se pueda diseñar una experiencia de etnografía usando Internet y específicamente las redes sociales. La estrategia de argumentación seleccionada ha sido la siguiente: a) se introduce de manera esquemática el uso de Internet como medio y herramienta para la investigación social, b) se resumen los lineamientos generales de la EV según la literatura existente sobre el tema y c) se brindan dos ejemplos de procesos etnográficos. El trabajo finaliza argumentando a favor del uso de la EV y advirtiendo sobre algunas de sus limitaciones.

Palabras Claves: Etnografía Virtual. Internet. Investigación social.

Introducción

El surgimiento de Internet como medio de comunicación²⁴ generó diversos cambios en la sociedad junto con múltiples controversias respecto de los nuevos modos de interacción social. Por un lado, Internet es considerado como uno de los más importantes y versátiles medios masivos de la historia, que permitió la "horizontalización" de las comunicaciones (Piscitelli, 2002), así como también

23 Pedro Matías Lisdero. ciacs (conicet y unc)/cies. Doctor en Estudios Sociales de América Latina (CEA -UNC). pedrolisdero@hotmail.com

24 Con respecto a la discusión acerca de si Internet es un medio de comunicación puede verse Crovi Druetta, Della María (2006), "¿Es Internet un medio de comunicación?", en *Revista Digital Universitaria*, 10 de junio, vol. 7, N° 6 [en línea], dirección URL: http://www.revista.unam.mx/vol.7/num6/art46/jun_art46.pdf.

1- Internet y la investigación social

En este apartado explicitaremos, sumariamente, algunos rasgos centrales del uso de Internet como modalidad de indagación social. En este sentido, es importante destacar que en las últimas décadas abundan los escritos y análisis acerca de la informática y el propio uso de Internet (De Sena, 2011). Este instrumento –cada vez con mayor potencia– ingresa a la cotidianeidad de las personas en sus distintos ámbitos, resultando por ello atractivo reflexionar en torno a su utilización vinculada a la investigación social.

La Real Academia Española define Internet como una red informática mundial, descentralizada, formada por la conexión directa entre computadoras u ordenadores mediante un protocolo especial de comunicación. Esta expresión digital de una “red de redes”, comenzó a desarrollarse en EE.UU. durante década del 60, relacionándose a la Web con un sistema que permite el acceso a fuentes de información en Internet a través de sus motores de búsqueda. Con respecto a los orígenes, Albarello (s/f) elabora una breve síntesis, citando a Orihuela, Santos y Roger Fidler, a partir de la cual se delimitan tres fases en el desarrollo de Internet: a) durante los años 60 y 70, con el nacimiento y desarrollo de las redes con fines militares; b) durante los años 80, con la extensión de su uso civil en el ámbito académico; y c) desde comienzos de los años 90 hasta la actualidad, en la que se produce la gran expansión en el ámbito comercial y doméstico. Continúa Albarello, que para Fidler, los fenómenos del Mosaic y *www* (World Wide Web) entre los años 1989 y 1994, explican la popularidad de Internet. La *www* puede ser definida como un sistema hipermedia basado en el *http* (Hypertext Transfer Protocol), que permite el acceso a fuentes de información en Internet (Albarello, s/f).

En Argentina, los primeros equipos informáticos comenzaron a funcionar a fines de la década del 80,²⁵ pero la expansión de la red comienza a ser evidente en el año 2000 en áreas como las finanzas, el comercio y la educación; extendiendo su capacidad de generación y procesamiento de la información (Albarello, s/f). Es decir un sistema de transmisión y de acceso a la información que sirve de vehículo a un número incalculable de datos al “servicio” de un igual número de personas.

Según datos de la consultora D'Alessio IROL, en 2012 el 60% de los argentinos se conectan todos los días a Internet con un mínimo de tres horas; y en su

25 En 1997 el Poder Ejecutivo Nacional mediante el decreto 554/97 declaró de Interés Nacional el acceso a Internet de los habitantes de la Argentina y se instó a la Secretaría de Comunicaciones a desarrollar un plan estratégico para la expansión del sistema.

la formación de comunidades virtuales, basadas principalmente en la comunicación *on-line*. Por otro lado:

Los críticos de Internet y los reportajes de los medios de comunicación, basándose a veces en estudios realizados por investigadores académicos, defienden la idea de que la expansión de Internet está conduciendo hacia un aislamiento social y una ruptura de la comunicación social y la vida familiar, porque los individuos se refugian en el anonimato y practican una sociabilidad aleatoria, abandonando la interacción personal cara a cara en espacios reales. Es más, se está prestando mucha atención a los intercambios sociales basados en identidades simuladas y en los juegos de rol. Por tanto, se ha acusado a Internet de incitar gradualmente a la gente a vivir sus propias fantasías *on line* y huir del mundo real, en una cultura cada vez más dominada por la realidad virtual (Castells, 2001: 1).

Este medio es concebido por Piscitelli (2002) como un “hipermedio”, ya que reúne las condiciones de los anteriores y le agrega nuevas, entre las que se destacan la hipertextualidad, la ruptura de tiempo y espacio, la reticularidad, dando paso a nuevos lenguajes. De este modo, Internet se constituye en un espacio social que posibilita las miradas de las interacciones sociales, y al mismo tiempo, emerge como una herramienta en la investigación social que presenta ventajas y desafíos.

La utilización de Internet en el proceso de investigación genera nuevos desafíos que invitan a la reflexión en cuanto objeto de la información, por su instantaneidad e inmediatez, y respecto del modo de conservación y registro de lo observado, es decir, tanto como medio y como fin. Ello, nos lleva –también– a construir metodologías acordes y re-pensar los procesos de indagación y prácticas de investigación *on-line*. Desde este marco de análisis, la etnografía resulta una estrategia con un fuerte potencial para la investigación de y desde Internet. En el presente capítulo abordamos la *ev*, en cuanto estrategia de indagación en la que el investigador o investigadora debe sumergirse en *el mundo de la red*. En función de este objetivo, seguiremos la siguiente estrategia argumentativa: a) en primer lugar, introduciremos esquemáticamente el uso de Internet como medio y herramienta para la investigación social; b) después, resumiremos los lineamientos generales de la *ev* según la literatura existente sobre el tema; y c) por último, brindaremos dos ejemplos de procesos etnográficos. Finalizaremos argumentando a favor del uso de la *ev* advirtiendo sobre algunas de sus limitaciones.

mayoría tiene contacto con la web. Los usos se diversifican desde la búsqueda de información y comunicación hasta la compra electrónica.²⁶ Por otra parte, los datos disponibles sobre "Acceso a Internet (2012)"²⁷ del INDEC señalan que en el mes de junio de 2012 se registró un total de 9.882.860 accesos a Internet. La ciudad de Buenos Aires y las provincias de Buenos Aires, Santa Fe, Córdoba y Mendoza concentraron el 79,4% (7.851.264) de los accesos residenciales, 85,5% (79.615) de accesos con banda estrecha y 79,4% (7.771.649) de accesos con banda ancha en el mes de junio de 2012.²⁸ Asimismo, según informes provistos por la Consultora Carrier y Asociados podemos observar que el acceso a Internet es, de manera creciente, independiente de la ubicación de las personas. En su Informe "Acceso residencial a Internet - 2012"²⁹ afirman que el 71% de los usuarios se conectan desde múltiples lugares, favorecidos por la mayor disponibilidad de puntos de acceso inalámbrico, vía WiFi o 3G.

En cuanto al uso de redes sociales, en Argentina hay 19 millones de usuarios de Facebook (48% de la población); 3 millones de Twitter y 800 mil de LinkedIn;³⁰ y respecto de la creciente vinculación entre telefonía móvil, Internet y redes sociales, el parque de teléfonos móviles está hoy integrado en un 40% por *smartphones* y un 42% por *socialphones*.³¹

26 Informe "Internet en Argentina. Tracking anual de actitudes y comportamientos", de julio de 2012, D'Alessio IROL. International Research Online-Latan. Encuesta cuali-cuantitativa on-line y telefónica, de una muestra que incluye 3.700 individuos en Argentina.

27 El informe "Acceso a Internet 2012" contiene datos de la Encuesta de Proveedores del Servicio de Acceso a Internet para el período comprendido entre enero de 2011 y junio de 2012.

28 Los accesos residenciales corresponden al uso hogareño o particular. Banda Ancha son conexiones que implica mayores velocidades en las conexiones y permiten un mayor tráfico de datos, voz e imágenes. Por lo general, en este tipo de conexión los usuarios tienen acceso permanente a Internet, aunque recientemente se han incorporado modalidades de contratación limitadas a determinadas bandas horarias. El abonado a este tipo de servicio no paga pulsos telefónicos. Banda Estrecha: la conexión más utilizada es Dial-up (acceso telefónico).

29 Informe "Acceso residencial a Internet, de Carrier y Asoc., publicado en "Comentarios. Información, análisis y opinión. Blog de difusión de la Consultora Carrier y Asoc.". Relevamiento de cobertura nacional, que incluye 640 casos efectivos realizado en 2012, a partir de una muestra probabilística por directorio telefónico a usuarios de telefonía básica.

30 Informe "Uso de redes sociales en Argentina", de Carrier y Asoc., publicado en "Comentarios. Información, análisis y opinión. Blog de difusión de la Consultora Carrier y Asoc.". Estudio realizado a partir de base de datos públicos (Censo, Balances, indec) e información propia de Carrier y Asoc.

31 Informe "Mercado Celular Argentina", de Carrier y Asoc., publicado en "Comentarios. Información, análisis y opinión. Blog de difusión de la Consultora Carrier y Asoc.". Datos obtenidos a partir de in-

En resumen, la información presentada acerca de la distribución y uso este tipo de tecnología genera diversas miradas acerca de su inserción en la vida cotidiana y su significatividad, pero permite inferir que Internet conlleva masividad, reticularidad e instantaneidad como base de nuevas interacciones.

Es así que complejizando la definición de la Red, Adaszko (1998) habla de:

[...] una tecnología particular, construida histórica y socialmente, en la que participan por un lado los elementos materiales –hard, soft, etc.– y por otro, los sujetos sociales que se encuentran antes, durante y después del funcionamiento de esas máquinas, así como también un imaginario tecnológico acerca de ella, de su lugar en el orden social y sus implicancias como mercancías (Adaszko, 1998: 74).

En función del objetivo de nuestro trabajo, resulta relevante destacar que conforme esta tecnología se expande en la vida cotidiana de las personas, también se incrementa su uso en/para la investigación social, desde distintas perspectivas, tanto teóricas como disciplinares, aunque en menor grado. Murthy (2008) observa al respecto que las cámaras digitales junto con los videos de uso cotidiano, proporcionan imágenes y grabaciones con gran nitidez, que permiten su utilización en centros de investigación, sea con entrevistas o video conferencias. Asimismo, observa la realización de encuestas internacionales multisitio a través de cuestionarios en la web, aunque advierte que, a pesar de la ubicuidad de estas tecnologías, su inserción en la investigación sociológica es aún limitada al igual que en la bibliografía metodológica.³²

Así, podemos identificar en la actualidad diversos procesos y herramientas que se conducen a través de Internet: entrevistas semi-estructuradas (Al-Saggaf y Williamson, 2004), investigación por medio de blogs (LaBanca, 2011; Chenail, 2011a), etnografía virtual (Dominguez et al. 2007; Hine, 2000) y el uso de YouTube (Chenail 2011b), entrevistas por E-Mail (Muir Houston, 2008; Bampton y Cowton, 2002), por MSM (Yeslam Al-Saggaf & Kisty Williamson, 2004; Vanessa y Gavin, 2009), grupos de discusión *on-line* (Rezabek, 2000), a través de los *post* de las redes sociales (Piscitelli et al., 2010; Goodinds, 2011), *livecasting* o videos

formación pública (Indec, Secretaría de Comunicaciones), balances e informes de resultados de las empresas proveedoras, e información propia de Carrier y Asoc.

32 En Murthy (2008) puede verse una breve referencia a estudios pioneros en la reflexión metodológica sobre la investigación social en Internet, y particularmente en lo que refiere a la etnografía virtual.

transmitidos *on-line* en tiempo real (Montoya y Vásquez, 2011), solo para mencionar algunos. Ampliando brevemente las referencias a los trabajos que en las últimas décadas surgen del cruce productivo de Internet y la investigación social, podemos observar por ejemplo, que hace pocos años atrás la aplicación de encuestas *on-line* era un campo de experimentación y promesas. Coomber sostenía al respecto:

La existencia de Internet y la World Wide Web (WWW) establece claramente los nuevos horizontes para el investigador. Una población potencialmente enorme de todo tipo de personas y grupos pueden ser más que nunca fácilmente accesible, a través de fronteras geográficas, e incluso continentes. Esto es particularmente cierto en relación con la investigación comparativa por encuesta social (Coomber, 1997:81).

En nuestro continente se fueron manifestando poco a poco los caminos y correcciones necesarias para la implementación de estas encuestas. Este fue el caso del trabajo sobre migraciones que realizó Guillermo Henríquez (2002) donde relataba:

[...] la aplicación de la encuesta implicó utilizar al menos tres herramientas disponibles en Internet: las listas de interés que permitieron construir el marco muestral, el e-mail para contactar a los sujetos de interés y la página Web para aplicar el cuestionario y recepcionar las respuestas (Henríquez, 2002: 10).

En la actualidad, la realización de encuestas *on-line* son parte de las estrategias consagradas para realizar investigación social, facilitadas por la utilización de *software* que cumplen con las condiciones metodológicas para llevarlas adelante.³³ Tal como lo sostiene Ripoll Penadés (2006):

Para la implementación de pequeñas encuestas [...] cualquiera de las soluciones que ofrece el mercado cumple los requisitos mínimos y necesarios para realizar una encuesta *on-line*. El aspecto diferenciador en estos casos no será tanto la tecnología utilizada, sino el buen uso que se haga de las herramientas y la experiencia y conocimiento de los técnicos que realicen el trabajo (Ripoll Penadés 2006: 44).

33 Los paquetes de *software* para la realización de encuestas nos permiten obtener información en tiempo real sobre la evolución del trabajo de campo, con lo que éste deviene más flexible y transparente para el investigador que el desarrollado a través de otros métodos (Llaurado, 2006, pp. 25-26).

Otra de las técnicas que rápidamente encontraron cauces a través de Internet fueron las entrevistas semi-estructuradas o no-estructuradas. Bampton y Cowton (2002) describen las principales características de las entrevistas conducidas por e-mail o "e-interview" y señalan dos tipos de desplazamientos, comparándolas con las realizadas "cara a cara". Dichos desplazamientos están relacionados a dos dimensiones fundamentales de la experiencia: el tiempo y el espacio. Con respecto al primero, las entrevistas por e-mail posibilitan una relación asincrónica, con pausas y variabilidad en las comunicaciones, en tanto que en lo referido al espacio, esta tecnología habilita una interacción "a distancia". Al realizar un análisis acerca de las consecuencias de la aplicación de esta técnica, en cuanto a la naturaleza de los datos producidos, así como a la evaluación de los recursos consumidos, los autores resumen las siguientes ventajas y desventajas de conducir entrevistas por e-mail:

- ahorro de tiempo y recursos financieros, al evitar traslados,
- amplía las posibilidades de entrevistar a sujetos en distintas áreas geográficas,
- limita, en algunos, el acceso a cierto tipo de información,
- proporciona un registro limitado de la comunicación,
- la dependencia del acceso a una tecnología competente tanto para entrevistador como para entrevistado

Por otro lado, la posibilidad de difusión de diversos formatos audiovisuales en la Red posibilitó la emergencia de una serie de trabajos que reflexionan sobre el sentido y la utilización de YouTube y los canales de videoclips en la vida cotidiana en general y en la investigación social en particular. Díaz Arias (2009) ha presentado el rol de los videos en el ciberespacio en relación con las modificaciones de la comunicación y sus lenguajes en el marco de la expansión global de Internet. Luego, Artero (2010) ha analizado "Modelos de negocios de video en línea" desde una perspectiva que vincula rentabilidad, tecnologías y las diferencias entre YouTube y Hulu. Por su lado, Pérez Rufi y Gómez Pérez (2010) al analizar los canales de video han explorado las potencialidades de la Web 2.0 que, al concentrarse sobre los usuarios, posibilita a estos pasar a ser productores de contenido. Desde una perspectiva más "técnica" en el intento de presentar una estrategia analítica sobre "Visualizando los resultados de búsquedas en YouTube", Mera y Therón (2009) han explorado el modo de "tratar" los resultados de una indagación de videos.

En suma, el recorrido efectuado nos permite afirmar que la confluencia de investigación social e Internet ha dado lugar a una prolífica reflexión, desarrollada en espacios de intersección disciplinares, los cuales interrogan los supuestos

metodológicos y los propios fundamentos epistemológicos de las Ciencias Sociales. A continuación, nos abocaremos particularmente a la delimitación de la *ev*, cuya definición –como se verá– remite en parte a los interrogantes aludidos.

2. Etnografía Virtual: definición y elementos para el diseño de una estrategia

Como punto de partida, debemos observar que el trabajo etnográfico vinculado a Internet ha convocado a diversas discusiones, dentro de las cuales la propia definición del *Etnografía Virtual* ha emergido como uno concepto problemático. Al respecto, Amaral (2010) realiza una análisis de la terminología desarrollada a partir de las transformaciones en el “hacer etnográfico” de/en la red, señalando la multiplicidad de esfuerzos dedicados a su discusión. Uno de los conceptos emergentes es el de “Etnografía Virtual”, que ha sido popularizado por Hine, quien prioriza en su definición la reflexibilidad y la subjetividad del investigador que realiza una inmersión intermitente con el medio. Otro término aludido es el de “Netnografía”, difundido entre otros por Kozinets, y asociado a investigaciones cercanas al marketing y a las comunidades de consumo. Amaral señala que su fundamentación encuentra sentido en el argumento de que ya el propio término “etnografía” se trataba de un neologismo, del cual sería necesario distinguirse en función de la especificidad que el método adquiere en la investigación de “ambientes digitales”. Finalmente, la misma autora menciona además a la “Etnografía digital” y la “Webnografía” como neologismos que podrían abarcar dentro de la “ciberantropología”, los cuales no proponen cambios sustanciales de la etnografía y no incorporan una reflexión más profunda sobre la materialidad de los tipos de procedimientos y soportes utilizados en Internet (Amaral, 2010: 125-126).

Por su parte, Domínguez Figueredo también destaca la multiplicidad de términos, tales como etnografía en/a través de internet, etnografía conectiva, etnografía de la red, ciber-etnografía, etc., señalando que la principal diferencia se trama entre quienes consideran a estos estudios como una forma específica de etnografía, y quienes –por otro lado– conciben que la investigación etnográfica del ciberespacio no tiene ninguna singularidad (Domínguez Figueredo, 2007).

Murthy señala una serie de estudios pioneros en el campo de la “Etnografía Digital”, ocupándose principalmente de problematizar las posibilidades de la utilización de cuatro nuevas tecnologías: los cuestionarios *on-line*, los videos

digitales, los sitios web de las redes sociales y los blogs (Murthy, 2008). Aquí, cabe destacar entonces un momento en el que emerge la continuidad de discusiones acerca de la especificidad técnica de la etnografía.

Finalmente, Kozinets (2006), en su definición de la Netnografía o “etnografía online”, señala que se trata de una técnica posible de ser aplicada en distintos tipos de investigaciones sociales, aun considerando que se posicionó como “orientada al mercado”, dado que adapta técnicas de investigación etnográficas al estudio de las culturas y las comunidades emergentes a través de las comunicaciones mediadas por una computadora y utiliza la información disponible en los espacios de la red.

Si provisoriamente hacemos un breve paréntesis sobre la discusión respecto de la nominación, debemos reconocer que la propia definición de la “etnografía” ha sido objeto de disputas teóricas. Diversos autores, proveniente desde diferentes disciplinas, ha polemizado acerca de la definición del “quehacer” etnográfico, involucrando en estos debates distintos niveles analíticos.³⁴ En este sentido, la delimitación de la “Etnografía Virtual” actualiza aquellas discusiones, complejizadas por nuevos interrogantes detrás de la conceptualización de su singularidad. Precisamente, uno de los interrogantes que aquí nos interesa abordar, es aquel que liga la definición de la Etnografía Virtual al impacto “revolucionario” de Internet como sistema de distribución de información (Hine, 2000).³⁵

34 Al respecto, Hammersley y Atkinson anotan: “Existe desacuerdo sobre si la característica distintiva de la etnografía es el registro del conocimiento cultural (Spradley, 1980), la investigación detallada de patrones de interacción social (Gumperz, 1981) o el análisis holístico de sociedades (Lutz, 1981). Algunas veces la etnografía se define como esencialmente descriptiva, otras veces como una forma de registrar narrativas orales (Walker, 1981); como contraste, sólo ocasionalmente se pone el énfasis en el desarrollo y verificación de teorías (Glaser y Strauss, 1967; Denzin, 1978)” (Hammersley y Atkinson, 1994, p. 1)

35 Hine define a Internet como “[...] una forma de transmitir datos o bits de información de un ordenador a otro u otros. La arquitectura de Internet provee formas de dirigir la información que se envía, de modo que pueda dividirse en paquetes, enviarse a lo largo de la red y combinarse con otros recipientes. Así toda la información es, en teoría, igual: bien sea un texto, un archivo de audio, una imagen o un video, los bits se transmiten siempre del mismo modo. Sus significados provienen de los patrones que expresan, del software que se emplea para interpretarlos y, por supuesto, de quienes los envían y reciben. La capacidad para enviar información de un ordenador a otro puede, por tanto, ser utilizada en diversas formas de comunicación como, por ejemplo, sincrónica o asincrónica, mensajes privados entre personas conocidas o en discusiones entre grandes públicos en foros relativamente abiertos, textual, en forma de audio o visual. Hablar de Internet engloba referencias al correo electrónico (e-mail), el World Wide Web (WWW), grupos de noticias de usuarios, tableros de boletines, tablones de anuncios, chats (Internet Relay Chat o IRC), dominios multi-usuario (MUD) y muchas otras aplicaciones (Kollock y Smith, 1999). Pero todo se fundamenta y depende de la

Para esta autora, lo etnográfico se encuentra enmarcado en el interés sobre la tecnología en sí misma, y principalmente en los usos y el sentido construido alrededor de ésta. Desde su perspectiva, Internet puede constituirse en objeto de indagación tanto como cultura (reuniendo aquí a los diversos estudios que indagan el contexto en el que se desarrolla el mundo virtual) o como artefacto cultural (abarcando las pesquisas centradas en los diferentes significados emergentes a partir de la inserción de Internet en la vida cotidiana). De esta manera, concluye que:

Hasta la fecha los estudios de Internet se han centrado en su estatus en tanto cultura, omitiendo su posibilidad de comprensión como artefacto cultural. Las dificultades metodológicas que comportaría una combinación de ambas perspectivas devienen de traducir una aproximación tradicionalmente aplicada en contextos específicos socialmente delimitados a una tecnología de las comunicaciones que parece disregar la noción de límites (Hine, 2000: 19).

Nos interesa destacar que, en el esfuerzo por definir la Etnografía Virtual, la autora se ocupa de relaciones que exceden los interrogantes metodológicos estrictos (vinculados a la particularidad de "una técnica"), para ocuparse de cuestiones que implican problematizar diferentes niveles de fundamentación de las Ciencias Sociales. Es precisamente retomando esta complejidad, que quisieramos aportar a esta discusión teniendo en cuenta dos elementos significativos: por una parte, la relevancia de pensar la relación teoría-observación, y por la otra, reflexionar sobre el mundo de la vida como sustrato de la ciencia. Es obvio que la amplitud de estos ejes nos exime de desarrollarlos de manera exhaustiva. Aquí solo presentaremos algunas pistas en torno a ellos, retomando los aportes de la literatura disponible sobre la Etnografía Virtual, para contribuir a la discusión acerca de la definición-delimitación del "hacer etnografía en/de Internet".

2.1. Hacer etnografía en-desde la red: algunos ejes de discusión para la definición

Aludir a secas a la emergencia histórica de la etnografía y su vinculación con el paradigma de los estudios cualitativos, no contribuye, en principio y a los fines

capacidad de Internet para transmitir información entre ordenadores. Esta imagen de Internet como sistema de distribución de información ha sido profusamente empleada para predecir su impacto en el futuro y es el punto de partida para hablar de su impacto revolucionario" (Hine, 2000, p. 10).

de los objetivos propuestos, en aportar mayor claridad respecto de la especificidad que aquí se quiere problematizar, esto es, la posibilidad de pensar una herramienta para investigar en contextos de relaciones mediadas en/por Internet.

Al remitirnos a la definición que Hammersley y Atkinson (1994) elaboran sobre la etnografía,³⁶ comenzamos a identificar algunos elementos relevantes, tales como: la problematización del lugar que ocupa el investigador en la relación de conocimiento, la relevancia del tiempo y el espacio en su definición, la delimitación de la interacción con los sujetos como un componente importante, y la observación como actividad central. Es así que la posibilidad de definir lo etnográfico conduce a transitar una serie de discusiones con fronteras poco nítidas, las cuales suponen interrogarse acerca de los diversos niveles que dan fundamento a la investigación social. Tanto es así, que los mismos autores echan mano a una serie de discusiones filosóficas y epistemológicas, enmarcadas en la definición de dos "lógicas de investigación social" caracterizadas como positivismo y naturalismo, para concluir que ninguna de las dos constituye un marco adecuado para la etnografía, en tanto "desatienden su reflexividad fundamental". Esto es, dar prioridad al "hecho de que [los investigadores] formamos parte del mundo social que estudiamos y que dependemos del conocimiento basado en el sentido común y en los métodos de investigación" (Hammersley y Atkinson, 1994: 37).

Aquí, nos resulta interesante destacar al menos dos elementos significativos del marco postempirista de las ciencias, en cuanto contexto de las discusiones sobre la naturaleza de la ciencia y el conocimiento en nuestros días. Este contexto constituye un interesante punto de partida, no como un nuevo consenso vinculado a perspectivas epistemológicas y filosóficas homogéneas, sino pensando en el sustrato de prácticas tramadas en torno a una serie de tensiones/discusiones particulares. Una de estas discusiones, sobre la naturaleza del conocimiento, sobre cómo hacer ciencia y validar teoría, ha conducido a la aceptación de la carga teórica de la percepción y del componente de significatividad teórica de la observación. Estrechamente vinculado a esto, los aportes de la fenomenología y otras corrientes hermenéuticas han contribuido además a la

36 Hammersley y Atkinson definen a la Etnografía como "un método concreto o un conjunto de métodos" [donde] [...] su principal característica es que el etnógrafo participa, abiertamente o de manera encubierta, en la vida diaria de las personas durante un período de tiempo observando qué sucede, escuchando qué se dice, haciendo preguntas; de hecho, haciendo acopio de cualquier dato disponible que sirva para arrojar un poco de luz sobre el tema en que se centra la investigación" (Hammersley y Atkinson, 1994, p. 15).

revitalización del mundo de la vida como clave para entender los sustratos culturales y situados de los discursos teóricos.

Las implicancias de estas discusiones sobre la práctica etnográfica, plantean una ruptura con la concepción clásica que vincula el trabajo de un investigador que viaja hacia una cultura exótica, se introduce y "con-vive" en el "trabajo de campo" sin más herramienta que su percepción como una tabula rasa, que registra los códigos que son "re-ligados" al continuo fluir de la cotidianidad del investigador en la escritura etnográfica. Claro que este esquema de la imagen clásica de la etnografía ya ha sido problematizado,³⁷ y las re-apropiaciones efectuadas por las diversas disciplinas de las ciencias sociales han aportado a la ruptura que aquí se quiere enfatizar.

En este sentido, las discusiones en torno al trabajo etnográfico en/de Internet ponen en cuestión categorías básicas para pensar los propios fundamentos de la percepción. Así, podemos resaltar lo que algunos autores destacan sobre el tiempo, el espacio y el cuerpo:

Tiempo:

[...] el desplazamiento, el alejamiento y el "ir al campo", tan decisivo en la conformación de la mirada interpretativa, parecían haber desaparecido antes de que un espacio-temporal derivado de la reconfiguración de las TICs. Así es que hay transformaciones directas en el hacer etnográfico (Amaral, 2010: 125).

Espacio:

Por lo general, los etnógrafos se han lanzado a estudiar bien contextos online, o bien offline. Para dar cuenta de Internet en ambas dimensiones: como cultura y como artefacto cultural es necesario repensar la relación entre espacio y etnografía (Hine, 2000: 19).

Cuerpo:

[...] ¿pueden verse como auténticas las interacciones en el espacio electrónico si el etnógrafo no puede confirmar aquello que sus informantes le han transmitido sobre

sus vidas offline? Planteada así, la pregunta asume una idea concreta de lo que es una persona y de su autenticidad. Aquí está claro que se trata de la correspondencia entre la identidad representada en la interacción con el etnógrafo, y la que aparece en otros lugares bien sean reales o virtuales, lo cual presupone una noción de identidad singular, ligada a una visión particular del cuerpo (Hine, 2000: 62).

La pregunta por "estar ahí", que había sido problematizada por los pioneros de la etnografía clásica, encuentra, en la trama de las relaciones sociales mediadas por Internet, cierta centralidad y nuevas complejidades. Del Fresno observa:

La etnografía alcanzó un punto de inflexión en la antropología al profesionalizar el trabajo de campo etnográfico, con Malinowski a principios del siglo xx como primer antropólogo involucrado personalmente en el campo, reclamando «la doble autoridad del científico, que sabía qué buscaba y cómo lo hacía» (Kuper, 2001: 249). Parece evidente, de por sí, que la netnografía supone, como lo fue en el caso de Malinowski como pionero del investigador en el terreno, un campo en el que "estar allí", nuevos o reformulados métodos, aproximaciones conceptuales afinadas e interpretaciones de nuevos significados. La realidad social ha explotado o implosionado, está por dilucidar, haciendo tan oportuno como necesario un trabajo de campo gracias a ese nuevo "estar allí", en el ciberespacio (Del Fresno, 2011:55).

El tiempo, el espacio y el cuerpo, en su condición de ejes comprometidos en la definición del trabajo etnográfico con/en Internet, permiten dimensionar una herramienta que parece gestarse alejada de la concepción positivista de un método y una técnica teóricamente neutros. Estos elementos pueden verse se también como cambios en la forma tradicional de entender la etnografía; que operan en la dialéctica entre el contexto que define-posibilita-construye la práctica de hacer ciencia (siempre dinámica e indeterminada) y los problemas epistemológicos actualizados en la relación planteada entre método-sujetos-Internet. Así, la reflexividad que reclamaban Hammersley y Atkinson para la etnografía, requeriría hoy re-pensar el reconocimiento de los investigadores sociales como parte del mundo que estudiamos, y aquí en particular, problematizar las intrincadas conexiones que vinculan –más allá de lo estrictamente técnico– al conocimiento científico con Internet.

37 Para una breve reseña e historización de las diferentes perspectivas y transformaciones de la etnografía (particularmente en el contexto del paradigma cualitativo) puede verse Rodríguez Gómez y otros, 1999.

2.2. Elementos para el diseño de una Etnografía Virtual

En un plano más vinculado a los problemas metodológicos, deviene relevante la observación de Hammersley y Atkinson acerca de que: "[...] en cierto sentido todos los investigadores sociales son observadores participantes y, por lo tanto, las fronteras de la etnografía no pueden ser nítidas" (Hammersley y Atkinson, 1994: 15). En el caso de la Etnografía Virtual, Domínguez Figueredo señala que:

[...] asume una serie de estrategias de investigación, siendo la más empleada a aproximarse a la comunidad desde la perspectiva etnográfica de la comunicación (por ejemplo, la aproximación etnográfica sociolingüística) para situar las reglas y regularidades que limitan el espacio del campo. A partir de ahí –o para llegar ahí– también se suelen asumir regularidades que van, desde acudir a las FAQ (preguntas frecuentes) de la comunidad virtual o recopilar los mensajes publicados en los foros, hasta realizar encuestas electrónicas o entrevistas a través de correo electrónico. [...] Es claro que la etnografía no consiste en una suma de métodos cualitativos, sino en la comprensión de una cultura haciendo uso de esos métodos de forma sistemática (científica) (Domínguez Figueredo, 2007: 56-57).

En este punto nos interesa circunscribir una serie de complejidades en relación con las decisiones requeridas para la planificación de una Etnografía Virtual, que pueden revisarse en los diez principios enumerados por Hine (2000: 79-80), a saber:

- 1) La presencia sostenida del etnógrafo en su campo de estudio, combinada con un compromiso profundo con la vida cotidiana de los habitantes de ese campo, dan pie a ese tipo de conocimiento especial que llamamos etnográfico.
- 2) Los medios interactivos nos desafían y nos dan la oportunidad de hacer etnografía, pues sacan a relucir la cuestión relativa al "sitio de interacción", el cual no implica una continuidad entre "lo virtual" y "lo real" al mismo tiempo que problematiza el lugar del "medio" en la interacción.
- 3) Vinculado a lo anterior, la Etnografía Virtual reconsidera la idea de una investigación ligada a algún lugar en concreto, para pensarse como una interacción fluida, dinámica y móvil.
- 4) La noción de campo de estudio se vincula más a los flujos y conexiones que a "lugares físicos".

- 5) Los límites no son asunciones a priori, sino que se exploran en el curso de la etnografía, con particular énfasis en la frontera entre "los virtual y lo real".
- 6) Junto a la dislocación espacial viene la temporal: la Etnografía Virtual es un intersticio en el sentido de que convive entre varias actividades, tanto del investigador como de los participantes del estudio.
- 7) La Etnografía Virtual es irremediablemente parcial, abandonando pretensiones de una descripción holística.
- 8) La Etnografía Virtual implica una intensa inmersión personal en la interacción: el compromiso del etnógrafo constituye una valiosa fuente de reflexión.
- 9) Las nuevas tecnologías de la interacción permiten que los informantes aparezcan dentro de la etnografía y a la vez, que estén ausentes.
- 10) La Etnografía Virtual se adapta al propósito, práctico y real, de explorar las relaciones en las interacciones mediadas, aunque no sean "cosas reales" en términos puristas. Es una etnografía adaptable según las condiciones en que se encuentre.

Sin pretensión de abordar la totalidad de los problemas concretos a resolver en la planificación de una experiencia etnográfica, podríamos resumir algunos de los aportes de las investigaciones en este campo, a partir de los siguientes ejes:

Tabla 1. Elementos a considerar en la Etnografía Virtual

Eje / Interrogantes	Posiciones /Antecedentes
La complejidad del dato en Internet: ¿qué debo observar?	Desde los estudios pioneros compilados por Jones (1999) acerca de la investigación social cualitativa e Internet, hasta la problematización que hace Murthy (2007) acerca del uso específico de los cuestionarios on-line, los videos digitales, los sitios web de las redes sociales y los blogs, pasando por el riguroso catalogo de Inter-net que presenta Hine (2000: 77-78), se ha incrementado la diversidad y complejidad de los datos implicados en Red. De manera general, podemos resumir de manera provisoria esta diversidad a partir de la observación de Domínguez et al.: “(en la Etnografía Virtual) se busca respuestas a la integración del análisis de datos textuales y datos audiovisuales, o a la investigación <i>delante de la pantalla</i> y en el campo virtual” (2007: 1).
La especificidad del registro digital: ¿cómo manejar la información?	Diversos autores señalan la facilidad para recopilar datos (Domínguez et al., 2007). Esto suele traer aparejado algunos inconvenientes en que lo que refiere a almacenamiento y tratamiento de grandes caudales de información. Pero más compleja aún reviste la discusión en torno a la “instantaneidad e inmediatez como contexto de observación” (además de las aludidas preguntas acerca de la naturaleza del registro y la conservación de los datos) para utilizar la expresión de De Sena (2010). Al respecto, destaca que la variabilidad representa un problema metodológico que exige un tratamiento sistemático y planificado de “lo que se mira”, y propone además un continuo ejercicio de “objetivación del objetivo” en función de reflexionar en torno a los condicionamientos y las disposiciones que se producen y proyectan en estas formas de obtener información en/de la web (De Sena, 2010: 14).
Ética / ¿cómo participar de la investigación?	Este ha sido un sub-campo muy explorado en los estudios sociales vinculados a Internet. Al respecto, Murthy (2008) observa que las cuestiones éticas detrás de las investigaciones de/en las nuevas tecnologías no pueden darse por supuesto, y que la literatura al respecto plantea consideraciones ambiguas. Estalella y Ardevol realizan un análisis acerca de las consideraciones presentadas en una serie de guías de apoyo sobre la cuestión para los investigadores, tales como: <i>Guidelines for Research Ethics in the Social Sciences, Law and the Humanities</i> de la institución noruega <i>National Committee for Research Ethics in the Social Sciences and the Humanities</i> (NESH, 2001), o el <i>Code of Ethics of the American Anthropological Association</i> (American Anthropological Association, AAA, 1998) (Estalella y Ardevol, 2007: 5). Una de las principales tensiones en este eje se juega en torno a la implicancia del investigador en el campo. En este sentido, la premisa general que Estalella et al. (2007) resumen en torno a pro-curar que las acciones del investigador no perjudiquen a quienes forman parte del estudio, encuentra diversas resoluciones en los casos de experiencias que postulan el consentimiento informado y otras que se desarrollan como “cubiertas” (cover) (Murthy, 2008).

Fuente: Elaboración propia.

En cuanto al diseño específico de una experiencia etnográfica en/de Internet, Amaral (2009) identifica las siguientes etapas:

- a- entrar en contacto con el grupo;
- b- mantener un diario de campo con las anotaciones
- c- contextualizar y usar entrevistas.

Por su parte, Kozinets (2006), en sus trabajos pioneros sobre el campo, define los siguientes procedimientos como guía de un trabajo etnográfico on-line:

- Entrada
- Recolección y análisis de datos
- Ética de la Investigación
- Control y verificación de los miembros

En función de sintetizar una mirada sobre estos procedimientos, incorporamos la propuesta realizada por Fernández Sánchez y Cheang Chao González (2013a, b). Sobre ella, hemos incluido algunas reflexiones que surgen de la lectura crítica de autores como Martínez, Rusque, Guba, Hine, Arriazu, tomando como eje analítico las tareas relevantes para planificar una estrategia de una Etnografía Virtual.

Tabla 2. Tareas a tener en cuenta al planificar una Etnografía Virtual

Etapas	
Nivel de participación	Establecer confianza
Recolección de la información	Tipo de información
	- contenido y forma de la interacción entre los sujetos - relación con el investigador - tipos de acción, "huellas" o evidencias vinculadas a los sentidos
	Uso de Bitácoras
Técnicas de apoyo:	Para la etnografía virtual es de gran provecho utilizar registros de textos, audios o de video o imágenes fijas con recurso de la propia tecnología (Arriazu, 2007).
	-Entrevista de voz/ Video-conferencias/Chat: donde se pueden utilizar diversos programas de uso común como Skype, MSN, entre otros. Estos diversos programas disponen de complementos para guardar la conversación en la propia computadora (Ej.: iFree, Skype Recorder).
	-Cuaderno de Anotaciones: una innovación vinculada a este tipo de investigaciones es realizar en forma directa las anotaciones en el espacio Web a través de diferentes usos de Blogs o Wikis; lo cual redunda en las ventajas de poder acceder desde diferentes lugares, y de poder someterlos sencillamente a la discusión con otros sujetos.
Nivel de objetividad	-Cuestionarios-encuestas: el desarrollo y difusión de una serie de herramientas destinadas a la gestión de encuestas en la Web han posibilitado que este sea una opción de soporte para aquellos casos donde se precisa información de un gran número de participantes(Ejemplo: GoogleDocs)
	-Uso de Software para análisis: dado que la gran cantidad de registros obtenidos se encuentran digitalizados, existen diversas opciones de softwares que auxilian en la tarea de procesos y analizar los mismos (Ejemplo: Atlas ti).
	Capacidad informativa de los informantes. Considerar el marco de la situación que genera la información, intentando comprender los significados "no expresados". En este sentido, para lograr confiabilidad se sugiere: -Precisar el nivel de participación y la posición del investigador en la comunidad estudiada ³⁸ -Identificar informantes (calidad de información a recabar) -Comprender características del entorno (y la relación de los sujetos con el entorno) -Trabajar de forma sistemática: incluir detalle del registro (huella del investigador) -Procurar confiabilidad interna: describir las inferencias usando categorías precisas, cotejar con "otro observador", centrarse en las "realidades colectivas".

Fuente: *Elaboración propia sobre la base de Fernández Sánchez y Cheang Chao González (2013a, b).*

38 Al respecto, Miguel del Fresno observa: "Desde el punto de vista del investigador se abarcan diferentes niveles de participación e implicación; desde el rol de observador participante ausente, en donde el investigador maximiza su discreción buscando la no presencia mientras observa al grupo social de estudio en acción. Hasta el rol de plena participación en las actividades del grupo social buscando o consiguiendo el reconocimiento de miembro de pleno derecho del mismo como participante pleno" (Del Fresno, 2011, p. 57).

3- Presentación de dos experiencias de Etnografía Virtual

A continuación presentamos brevemente algunas reflexiones tramadas en torno a dos experiencias de Etnografías Virtuales, en función de ejemplificar algunas de las dimensiones problematizadas a lo largo de este capítulo.

3.1. Desalojos en Argentina: indagación en/desde YouTube

La primera experiencia que presentamos relata la opción de explorar el fenómeno de los desalojos a través de Internet, y en particular de videos contenidos en YouTube. Sin duda, la decisión por esta estrategia de indagación está vinculada a la amplia utilización e inserción de Internet en la cotidianeidad de las personas y en la investigación social. Con respecto a YouTube, nos motivaron esencialmente tres cuestiones, a saber: a) es un medio por el que podíamos observar acontecimientos del pasado reciente, con lo cual nos aproximábamos a nuestra intención de polemizar sobre el rol del *recuerdo* en los procesos de actualización de la violencia colonial, b) es un medio que permite ver y escuchar a los protagonistas de los eventos, y "experimentar", de algún modo, el contexto de los desalojos, y c) nos permitía mayor cobertura territorial, dada la extensión de la Argentina, al menos, en lo que ello estuviera representado en YouTube, siendo éste un punto central de nuestra mirada sobre las geografías de las violencias.

Para la reconstrucción teórico-empírica sobre los desalojos a partir de la EV, tomamos en cuenta los elementos mencionados en los puntos anteriores, teniendo como particularidad nuestra inscripción en la sociología. La indagación tenía como objetivo comprender las tensiones entre el recuerdo como acto político constitutivo de la vida social y los desalojos como muestras evidentes de la existencia de represión. Este contexto sirve de marco general para nuestro recorrido por lo publicado en YouTube, con la intención de re-construir los sentidos y las prácticas anidadas en las manifestaciones audiovisuales de las diversas formas de desalojo acaecidas en Argentina en los últimos ocho años.

Las tareas que realizamos pueden ser descriptas de manera sencilla, pero implicaron una serie de marchas y retrocesos propios de una indagación abierta a su propia contingencia, a saber:

a) identificamos los videos que aparecían en YouTube cuando se buscan bajo

- la expresión "desalojos en Buenos Aires", cambiando la provincia,³⁹ ello tantas veces como fuere necesario, hasta lograr cubrir todo el país,
- b) seleccionamos los videos que realmente se refirieran a los desalojos desde la perspectiva implicada en nuestro problema de investigación,
- c) de estos escogimos uno que ejemplificara una situación típica de la zona geográfica/política y/o afectara a sujetos o colectivos asociadas con fuerza a ellas,⁴⁰
- d) observamos los videos seleccionados un mínimo de tres (3) o más veces, intentado producir ahí anotaciones y "sistemizaciones" de lo experimentado, y
- e) seleccionamos las imágenes y frases que permitieran mostrar la mirada de los sujetos que elaboraron los videos y/o protagonizaron los desalojos.

Todo el proceso estuvo atravesado por momentos de autoanálisis y vigilancia epistemológica que nos permitieran construir una narración que pudiera ser tributaria de las distancias y proximidades ancladas entre ver y experimentar, reservando un lugar clave a la palabra de los que vivenciaron los eventos y a quienes produjeron los videos.

De acuerdo a lo antes mencionado, logramos seleccionar y registrar veinticuatro (24) videos, uno por cada provincia, de modo de cubrir la totalidad del país. El eje conductor de todos los videos fue mostrar una situación de desalojo por parte de las autoridades policiales locales o de seguridad privada: puede tratarse de la vivienda familiar, de una manifestación, o de un espacio físico de trabajo de distinta índole. Las situaciones a las que hacen referencia ocurrieron entre los años 2004 y 2012.

La forma de indagar significó la revisión de al menos dos factores: estar atentos a la descripción de carácter más formal del video, tal como tiempo de duración, fecha del evento, ingreso a la web y el modo de citar los videos seleccionados. Y, por otro lado, una constante revisión de la mirada del observador, de construir formas de sistematizar, procesar, analizar e interpretar la información que brindaba el propio video (transcribir los diálogos, los sonidos ambientes, el lugar, las interacciones, etc.), pero también la brindada por quienes efectuaron la tarea de "subirlo" a la web y los comentarios.

De este modo, la estrategia que seleccionamos obligó a construir miradas atentas que permitieron cimenter una espiral de complejidad creciente, y posibilitaron la interpretación de situaciones sociales de extrema complejidad.

3.2. La protesta de los *Calls Centers*: indagación en/desde los blogs y redes sociales

La segunda experiencia que presentamos resume algunos ejes de un estudio dirigido a indagar la acción colectiva protagonizada por trabajadores de *Calls Centers* en Argentina, como un caso paradigmático para comprender las nuevas morfologías del trabajo. Así, se propuso como estrategia de investigación realizar un registro etnográfico virtual de las organizaciones de protesta emergentes en el sector entre 2011 y 2014 a través de sus sitios web y/o sus perfiles de Facebook, para luego complejizar esta información con entrevistas *on-line*. Es menester mencionar como antecedentes las observaciones no participantes y entrevistas presenciales realizadas, con similares objetivos, en la ciudad de Córdoba. Esto permitió, de alguna manera, comenzar a construir la trama de las redes de conflictos nacionales, así como identificar los actores colectivos que seleccionábamos para el observar y el registrar desde la web.

Una cuestión relevante que surge de la experiencia investigativa previa, es que tanto la bibliografía sobre la temática, como las entrevistas realizadas a los actores en conflicto en la ciudad de Córdoba, remiten al "protagonismo" de "la red" en la acción colectiva. La proliferación principalmente de Blogs y perfiles de Facebook ha sido y es un componente que ha acompañado las diferentes fases que ha adoptado este conflicto. Así, de manera extendida para 2011, los diversos colectivos de protesta en el sector disponen de las herramientas en la web, pudiendo caracterizar las principales a partir de las siguientes categorías: "Web y/o Blog" (páginas web confeccionadas en general a partir de plantillas prediseñadas); y "Perfiles de Facebook" (usuario individuales y colectivos en la red social, en general inscriptos a partir de direcciones de E-Mail "anónimos"). Si bien cada una de estas categorías podría redefinirse en función de una serie de características y posibilidades técnicas, destacamos en principio cierta utilidad común para las organizaciones, motivo relevante para indagar en estos espacios comunicacionales.

De este modo, combinamos en la investigación una serie de técnicas específicas, entre las que se destacan: la observación participante de instancias de trabajo de las organizaciones del sector, la revisión y el registro de al menos

39 La República Argentina está organizada federalmente, compuesta de estados denominados Provincias, que conforman un total de 24.

40 Por ejemplo, de colectivos contra la megaminería a cielo abierto en las provincias mineras.

15 sitios, 30 perfiles de Facebook (individuales y colectivos), y 14 entrevistas (presenciales y *on-line*). Cabe destacar que si bien ésta es una investigación en curso, aquí presentamos algunas lecturas-balances a modo de adelanto, siempre con el objetivo de aportar desde esta experiencia en particular a los ejes problematizados en este artículo sobre la aproximación de la Etnografía Virtual.

Desde un comienzo, los motivos que contribuyeron a la elección metodológica de la utilización de Internet estaban vinculados a la factibilidad de la investigación, asociada sobre todo a la posibilidad de registrar a partir de las publicaciones en blog y/o páginas webs, actores colectivos que no sólo se encontraban extendidos en todo el territorio nacional, sino que además, en muchas ocasiones, ésta era la única posibilidad de entrar en contacto con ellos, puesto que se mantenían en el anonimato ante el temor de las represalias de los empleadores. Por otra parte, principalmente a partir de cierta "momento" del conflicto (2010-2011), la creciente visibilidad que tenía en las redes contrastaba con la escasa presencia de la protesta en los propios lugares de trabajo, constituyéndose esto último en un interrogante en sí mismo. Por último, la propia naturaleza de la actividad desarrollada por los trabajadores (el trabajo de/con la información) también se encontraba en primera instancia vinculada a la forma particular en que el conflicto tomaba visibilidad en la red; es decir, llevaba a problematizar la vieja discusión acerca de la posibilidad de los trabajadores de apropiarse/usar los propios medios de trabajo (la comunicación mediada por Internet) en función de sus intereses colectivos.

Conforme avanzamos en la investigación, las discusiones metodológicas fueron ampliándose, y las posibilidades de definir y registrar el conflicto en-a través de la interacción mediada por computadora condujo a re-pensar: a) las propias estrategias conceptuales para definir la noción de "acción colectiva" y, b) el lugar de la expresividad en Internet como una estrategia relevante para indagar este conflicto en particular. De manera preliminar, podemos reunir en las siguientes tres observaciones los aportes-problematizaciones que la aludida aproximación metodológica ha contribuido a disparar en esta investigación. En primer lugar, podríamos asociar la aparente discordancia entre la visibilidad de la protesta en las redes y la ausencia de acciones visibles en los lugares de trabajo, con los debates mencionados acerca de: la continuidad-discontinuidad de las prácticas *on-line/off-line*; la propia concepción de la escisión entre lo virtual/lo real; entre otros. Aquí fue clave la re-definición de los horizontes temporales y espaciales que marcan los ritmos en/con "la red", y en particular la problemati-

zación del cuerpo como el tercer eje significativo para comprender la experiencia de quienes protagonizar estas acciones.

Precisamente desde este lugar, se logró comprender una segunda observación relevante. Así como los medios en los que (con los que) cobran visibilidad los conflictos no son neutrales, sino que las estrategias de visibilización escogidas por los autores pueden expresar el sentido de la acción, entonces "la red" comienza a ser desplazada del lugar-espacio que posibilita la interacción para constituirse en sí misma en objeto de análisis.

Ligado a esto último, el sentido de la acción –intrínsecamente vinculado a la forma mediatizada en-por Internet– llevó a repensar las transformaciones de las condiciones materiales de las prácticas que se constituyen en los nuevos escenarios laborales. En contra de las teorías que aluden a una disolución del cuerpo en estos escenarios, el sentido invertido por los trabajadores del sector en las instancias de protestas pone de manifiesto que el cuerpo constituye un bien imprescindible y es un objeto significativo de disputa en este conflicto. Así, los jóvenes de los *Calls Centers* protestan en contra de los dispositivos que pretenden convertirlos en robots, borrando todo rasgo de humanidad.

En este sentido, la protesta en la red viene a poner la alerta de que –aun entre "ceros y unos"– la "textura" de lo digital compone un corporalidad que se reb(v)ela, sin la cual no se explica el fenómeno social. De esta manera, la aparente discordancia entre protesta digital/ausencia real queda disuelta desde un eje de comprensión del conflicto donde el cuerpo tenga cierta centralidad, y a partir del cual se puedan ir tramando ciertas continuidades entre estos "mundos aparentemente escindidos y contradictorios". Así, por ejemplo, la represión desplegada en los lugares de trabajo, y materializada a través de los despidos y/o persecuciones sindicales, que imposibilitan las reuniones en el lugar de trabajo; puede entenderse en un tiempo-espacio complementario con los sentidos contruidos en-a través de Internet para dar viabilidad al encuentro-coordinación de la acción.

Por otra parte, la uniformidad de la acción –esquemmatizada a partir del trabajador como robot– emerge como expresión de *continuidad* del trabajador de *Call Center* que protesta. Su disposición y uso del cuerpo, tan diversos en sus múltiples manifestaciones digitales (incluso con la implicancia que tiene la posibilidad de uso multimedio de "la red") encuentra desde este eje la corporalidad de un joven siempre "sentado frente a la computadora". Sus condiciones de vida, y su posibilidades de protestar, parecen estar circunscriptas en "ser/estar sentado en la computadora". De este modo, esta práctica investigativa permite

indagar e interpretar cuestiones tales como "trabajar conectados" y "protestar en la red", como hitos de una misma trama de experiencia progresivamente se-cuestrada; y a su vez, da la posibilidad de revisar las escisiones binarias entre "lo virtual/lo real", "lo online/lo offline" en la comprensión de las experiencias que se traman en nuestras sociedades.

4. Conclusiones

Los avances generalizados de las tecnologías de la información y del uso de Internet producen una rápida transformación de la vida económica, social y cultural de las comunidades y de las personas. En términos individuales, la incorporación de cierta alfabetización digital y apropiación de las lógicas del manejo de múltiples fuentes de información en la interacción a través de redes virtuales son evidentes, de acuerdo a los datos brindados en el primer apartado de este capítulo.

De manera análoga, aunque con menor desarrollo e impacto, el uso de Internet en la investigación social viene siendo un campo de reflexión importante. Dicho campo requiere aún de discusiones con respecto a lo ontológico, lo epistemológico y lo metodológico asociados a todo el proceso de indagación y sus estrategias.

En función de aportar a esta tarea, presentamos en este capítulo una revisión introductoria de la Etnografía Virtual, que contiene todas las complejidades del abordaje cualitativo al que debe sumarse los elementos referidos a la "virtualidad". Las indudables ventajas que brinda Internet para la investigación social deben revisarse desde los sentidos teórico-epistemológicos y metodológicos, a partir de los cuales la falta de una mirada atenta hace peligrar la investigación toda.

Hemos desarrollado la complejidad de la Etnografía Virtual desde su definición, invitando a la reflexividad del investigador o de la investigadora acerca del sentido de una constante *inmersión temática*, entendida en relación con la incorporación al campo de trabajo que se pretende analizar, del estudio de las bibliografías referidas a los elementos metodológicos, teóricos y de la problemática en cuestión, en consonancia con los mundos "virtuales". Es menester resaltar que ello debe realizarse desde una constante y persistente vigilancia epistemológica (*sensu Bourdieu*), más aún en este caso, en donde Internet modifica las percepciones con respecto al tiempo, el espacio y el cuerpo. Por lo

tanto, la revisión, sistematización y explicitación de cada una de las tareas del proceso de indagación en el uso de la Etnografía Virtual deviene necesaria, en consonancia con la complejidad que adopta el proceso de investigación de/en Internet, y la especificidad del objeto de estudio.

Bibliografía

Adaszko, D.

(1998), "Redefinición de la esfera pública y privada a partir de la ampliación de uso de Internet", en Cafassi, E. (ed.), *Internet: políticas y comunicación*, Biblos, Buenos Aires.

Al-Saggaf, Y. y Williamson, K.

(2004), "Online Communities in Saudi Arabia: Evaluating the Impact on Culture Through Online Semi-Structured Interviews", *Forum Qualitative Social Research*, vol. 5, N° 3, Art. 24, setiembre [en línea], dirección url: <http://www.qualitative-research.net/index.php/fqs/article/view/564/1225>.

Albarello, F.

(s/f), "Historia de Internet" [en línea], dirección URL: en http://www.areacomunicacion.com.ar/text/pe_01_02.htm, fecha de consulta: 03/01/2012.

Amaral, A.

(2009), "Autonetnografia e inserção online: o papel do pesquisador-insider nas práticas comunicacionais das subculturas da Web", *Revista Fronteiras - estudos midiáticos*, vol. 11, N° 1, enero/abril, pp. 14-24.

Artero, J. (2010), "Online Video Business Models: YouTube vs Hulu", *Revista Palabra -Clave*, vol. 13, N° 1, junio, pp. 111-123, Universidad de La Sabana, Bogotá.

— (2010), "Etnografía e pesquisa em cibercultura: limites e insuficiências metodológicas", *Revista USP*, São Paulo, N° 86, pp. 122-135, junio/agosto, [en línea], dirección URL: <http://www.revistas.usp.br/revusp/article/download/13818/15636>.

Arriazu Muñoz, R.

(2007), "¿Nuevos medios o nuevas formas de indagación?: Una propuesta metodológica para la investigación social on-line a través del foro de discusión",

- Dominguez, D., Beaulieu, A. Estalella, E. Gómez, B. Schnettler y Read, R. (2007), "Etnografía virtual", *Forum Qualitative Social Research/Sozialforschung*, vol. 8, Nº 3 [en línea], dirección URL: <http://www.qualitative-research.net/index.php/fqs/article/viewFile/275/606>.
- Bampton, R. y Cowton, Ch. J.** (2002), "The E-Interview", *Forum Qualitative Social Research/Sozialforschung*, vol. 3, Nº 2 [en línea], dirección URL: <http://www.qualitative-research.net/index.php/fqs/article/view/848/1842>.
- Chenail, R. J.** (2011a), "Qualitative Researchers in the Blogosphere: Using Blogs as Diaries and Data", *The Qualitative Report*, vol. 16, Nº 1, pp. 249-254 [en línea], dirección URL: <http://www.nova.edu/ssss/QR/QR16-1/blog.pdf>.
- (2011b), "YouTube as a Qualitative Research Asset: Reviewing User Generated Videos as Learning Resources", *The Qualitative Report*, vol. 16, Nº 1, pp. 229-235 [en línea], dirección URL: <http://www.nova.edu/ssss/QR/QR16-1/youtube.pdf>.
- Coomber, R.** (1997), "Using the Internet for Survey Research", *Sociological Research Online*, vol. 2, Nº 2 [en línea], dirección URL: <http://www.socresonline.org.uk/2/2/2.html>, fecha de consulta: 08/09/2011.
- De Sena, A.** (2010), "Dinámica del proceso de recolección de la información on-line", Ponencia en XIV Jornadas nacionales de Investigadores en Comunicación [en línea], dirección URL: http://www.redcomunicacion.org/memorias/pdf/2010%20ddesena_angelica.pdf.
- (2011), *Colores y formas: hacia una metodología para la indagación de Internet. Sociología y publicidad en la Web*, Editorial Académica Española, Saarbrücken.
- Del Fresno, M.** (2011), *Netnografía*, Universitat Oberta de Catalunya, Barcelona.
- Díaz Arias, R.** (2009), "El video en el ciberespacio: usos y lenguaje", *Comunicar. Revista Científica de Educomunicación*, Grupo Comunicar, Madrid, vol. XVII, Nº 33, pp. 63-71.
- Dominguez Figueredo, D.** (2007), "Sobre la intención de la enografía virtual", *Revista electrónica. Teoría de la Educación. Educación y Cultura en la Sociedad de la Información*, vol. 8, Nº 1, mayo, pp. 42-63, [en línea], dirección URL: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=201017309004>.

- Dominguez, D., Beaulieu, A. Estalella, E. Gómez, B. Schnettler y Read, R. (2007), "Etnografía virtual", *Forum Qualitative Social Research/Sozialforschung*, vol. 8, Nº 3 [en línea], dirección URL: <http://nbn-resolving.de/urn:nbn:de:0114-fqs0703E19>.
- Estalella, A. y Ardèvol, E.** (2007), "Ética de campo: hacia una ética situada para la investigación etnográfica de Internet", [en línea], dirección URL: <http://www.qualitative-research.net/index.php/fqs/article/view/277/609>.
- Fernández Sánchez, N. y Cheang Chao González, P.** (2013a), "Investigación etnográfica virtual, competencia del tutor y asesor a distancia. Método y experiencias", Ponencia en XIV Encuentro Internacional Virtual Educa, Colombia.
- (2013b), "Investigación etnográfica virtual, competencia necesaria en la práctica cotidiana del e-profesor, tutor y asesor a distancia", en *Educación abierta y a Distancia en México. Análisis y perspectivas*, AMPEAD México.
- Goodings, L.** (2011), "The Dilemma of Closeness and Distance: A Discursive Analysis of Wall Posting in MySpace", *Forum Qualitative Social Research/Sozialforschung*, vol. 12, Nº 3 [en línea], dirección URL: <http://nbn-resolving.de/urn:nbn:de:0114-fqs1103160>.
- Henríquez, G.** (2002), "El Uso de Herramientas de Internet en la Investigación Social", *Cinta de Moebio. Revista de Epistemología de Ciencias Sociales*, Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Chile, Nº 13, marzo [en línea], dirección URL: <http://www.csociales.uchile.cl/publicaciones/moebio/13/index.htm>.
- Hammersley, M. y Atkinson, P.** (1994), *Etnografía. Métodos de Investigación*, Paidós, Barcelona.
- Hinchcliffe, V. y H. Gavin (2009), "Social and Virtual Networks: Evaluating Synchronous Online Interviewing Using Instant Messenger", *The Qualitative Report*, vol. 14, Nº 2, junio, pp. 318-340 [en línea], dirección URL: <http://www.nova.edu/ssss/QR/QR14-2/hinchcliffe.pdf>.
- Hine, C.** (2000), *Etnografía Virtual*, Universitat Oberta de Catalunya, Barcelona.
- Houston, M.** (2008), "Tracking Transition: Issues in Asynchronous E-Mail Interviewing", *Forum Qualitative Social Research/Sozialforschung*, vol. 9, Nº 2 [en línea], dirección URL: <http://nbn-resolving.de/urn:nbn:de:0114-fqs0802116>.

Jones, S. G.

(1999), *Doing Internet Research: Critical Issues and Methods for Examining the Net*, Sage, Londres.

Kozinets, R.

(2006), "Netnography 2.0", en Belk, R. (ed.), *Handbook of Qualitative Research Methods in Marketing*, Edward Elgar, Northampton.

Labanca, F.

(2011), "Online Dynamic Asynchronous Audit Strategy for Reflexivity in the Qualitative Paradigm", *The Qualitative Report*, vol. 16, N° 4, pp.1160-1171 [en línea], dirección URL: <http://www.nova.edu/ssss/QR/QR16-4/labanca.pdf>.

Llauradó, O.

(2006), "El trabajo de campo online: Qué hemos aprendido en los últimos 10 años", *Investigación y Marketing*, N° 91, Buenos Aires.

Mera, C. y Therón, R.

(2009), "ViRe- YouTube: Visualizando los resultados de búsquedas en YouTube", en *Avances en Sistemas e Informática*, vol. 6, N° 1, junio, pp. 135-144, Universidad Nacional de Colombia, Bogotá.

Montoya Bermúdez, D. F. y Vásquez Arias, M.

(2011), "Cotidianidades transmitidas en el ciberespacio. El fenómeno del Lifecasting", *Revista Co-herencia*, Universidad Eafit, Medellín, vol. 8, N°15, julio-diciembre, pp. 269 -294.

Murthy, D.

(2008), "Digital Ethnography. An Examination of the Use of New Technologies for Social Research", *Sociology* [en línea], dirección URL: <http://soc.sagepub.com/content/42/5/837>.

Pérez Rufi, J. y Gómez Pérez, F.

(2010), "Paradigmas de la producción audiovisual en la Web 2.0", en *Razón y Palabra*, N° 72, mayo-julio, [en línea], dirección URL: <http://www.razonypalabra.org.mx/N/N72/index72.html>.

Piscitelli, A., Adaine, I. y Binder, I

(2010), *Proyecto Facebook y la posuniversidad. Sistemas operativos sociales y entornos abiertos de aprendizaje*, Ariel, Barcelona.
Rodríguez Gómez, G., Gil Flores, J y García Jiménez, E. (1999), *Metodología de la investigación cualitativa*, Ediciones Aljibe, Málaga.

Otras Fuentes

Carrier y Asoc.

(s/f) "Acceso residencial a Internet", publicado en "Comentarios. Información, análisis y opinión", Blog de difusión de la Consultora Carrier y Asoc."

—— (s/f) "Uso de redes sociales en Argentina", publicado en "Comentarios. Información, análisis y opinión", Blog de difusión de la Consultora Carrier y Asoc."

—— (s/f) "Mercado Celular Argentina", publicado en "Comentarios. Información, análisis y opinión", Blog de difusión de la Consultora Carrier y Asoc."

D'Alessio IROL

(2012), "Internet en Argentina. Traking anual de actitudes y comportamientos". INDEC [fecha de consulta: 2012].