

SOBRE LA INTENCIÓN DE LA ETNOGRAFÍA VIRTUAL.

Qué mueve a un etnógrafo a iniciar una investigación cuyo objeto de estudio reside en Internet y cuáles son las claves del método etnográfico cuando el desarrollo de la acción se traslada al ciberespacio, son algunas de las preguntas que este artículo trata de abarcar. Siguiendo el enfoque *wolcottiano* consistente en hacer una revisión inversa de las estrategias metodológicas y los objetos de investigación más habituales, el texto analiza aquello que constituye el núcleo de la etnografía virtual, tratando de integrarlo en una síntesis global que dote de sentido y diferencie a este tipo de investigación del resto de métodos de corte cualitativo. A modo de discusión, en el artículo se afronta la dialéctica entre el enfoque cualitativo aplicado a los estudios de/en Internet y la aproximación específicamente etnográfica en ese mismo escenario.

Palabras clave: etnografía virtual, investigación cualitativa, ciberespacio, trabajo de campo, comunidades virtuales.

ON VIRTUAL ETHNOGRAPHY INTENT.

What moves to an ethnographer to initiate a survey on Internet object and which are the keys of the ethnographic method when the development of combat operations is transferred to the cyberspace. These are some of the questions that this article tries to include. I come from the *wolcottian* approach for making an inverse revision of the methodological strategies and the more habitual objects of investigation. The text analyzes what it constitutes the nucleus of the virtual ethnography, and it tries to integrate this in a global synthesis for making sense and set the differences between this type of investigation and the rest of qualitative methods. As a discussion, this article includes a dialectic process between the qualitative approach in the Internet research and the specifically ethnographic approach in that same scene.

Key words: virtual ethnography, qualitative research, cyberspace, field work, virtual communities.

SUR L'INTENTION DE L'ETNOGRAFÍA VIRTUELLE.

Que déplace à un ethnographe à entamer une recherche dont objet d'étude elle réside dans Internet et quelles sont les clés de la méthode ethnographique quand le développement de l'action sera transféré au cyberspace, ils sont certains des questions que cet article essaye de comprendre. En suivant l'analyse *wolcottiano* consistante en faire une révision inverse des stratégies méthodologiques et les objets de recherche les plus habituels, le texte analyse cela qui constitue le noyau de l'ethnographie virtuelle, en essayant de l'intégrer dans une synthèse globale ce qui dote de sens et différencie à ce type de recherche du reste de méthodes de coupe qualitative. Comme discussion, dans l'article on affronte ce qui est dialectique entre l'analyse qualitative appliquée aux études de/dans Internet et le rapprochement spécifiquement ethnographique dans cette même scène.

Mots clefs: ethnographie virtuelle, recherche qualitative, cyberspace, travail de domaine, communautés virtuelles.

SOBRE LA INTENCIÓN DE LA ETNOGRAFÍA VIRTUAL.

Daniel Domínguez Figaredo
ddominguez@edu.uned.es
UNED

1.- SOBRE LAS MOTIVACIONES...

¿Qué pretende un etnógrafo cuando investiga los videos de “Air humping” en YouTube[1]? El hecho de que la investigación valla a tener lugar en el ciberespacio, ¿supone un cambio en el método etnográfico tal y como se plantea en el espacio físico? ¿Conducen las adaptaciones metodológicas asociadas al espacio virtual a reconfigurar los supuestos epistemológicos de la etnografía convencional, o son solo variaciones formales de ésta? ¿Es Internet un género dentro de los estudios etnográficos, o bien, son los fenómenos y escenarios concretos dentro de la Red los que constituyen casos de estudio con entidad propia?

En esencia, el motivo de este artículo es el de encontrar respuestas para este tipo de cuestiones. La intención es la de introducir en el debate científico una visión que clarifique la esencia de la investigación etnográfica en Internet, toda vez que la idiosincrasia del enfoque cualitativo impide plantear respuestas cerradas y válidas para todos los contextos. No es tampoco esa la intención del texto.

Las preguntas del comienzo están flotando en el terreno de la ciencia social cualitativa desde que Internet apareciera como fenómeno de estudio hace ya casi veinte años. Son muchos los autores que han profundizado en el estudio del ciberespacio y sus derivadas desde entonces. Muchos de ellos también han estudiado los métodos que permiten analizar y tener una visión cualitativa de esa realidad. Y entre todos los métodos, la etnografía es de largo el preferido en el campo de estudio de la Red.

Como etnógrafo, los intereses del investigador que analiza el fenómeno del “Air humping” en YouTube serán los de describir los fenómenos y prácticas sociales, conocer el por qué del comportamiento de los protagonistas, cómo se integra la necesidad del *performance* en su esquema de valores culturales, qué clase de recompensa sociocultural

esperan conseguir (directa o indirectamente, consciente o inconscientemente), qué lógicas están detrás de los comportamientos, qué anclajes tienen en otras formas de hacer *performance*, el proceso mismo de producción de un video y cómo se salvan las dificultades encontradas, porqué se elige como plataforma de expresión YouTube y no otro servicio de videos, etc. Estos principios son básicos en cualquier aproximación etnográfica y no parecen diferentes para los casos en que las prácticas sociales tengan lugar en contextos físicos o virtuales. En esencia, la etnografía se ocuparía de conocer los significados culturales de las acciones emprendidas por la gente que protagoniza videos de simulaciones y los coloca en un servidor en Internet abierto a todos los internautas. Lo interesante pues, desde los puntos de vista social y antropológico, es acceder a los esquemas de significado que están detrás de los comportamientos para poder así comprender el mundo de esas personas. Todo eso puede hacerlo la investigación cualitativa ya que su foco de interés son precisamente los elementos que están detrás de las prácticas, los símbolos y sus interacciones con los comportamientos sociales y lo hace, además, desde enfoques abiertos, inductivos y no lineales. Dentro de los métodos cualitativos, la etnografía es especialmente adecuada para el estudio de las prácticas en la red puesto que trata de argumentar y contextualizar los comportamientos sociales de acuerdo a esquemas culturales, describir los procesos de negociación, el diálogo, y la construcción de significados en un escenario dado.

¿Es posible hablar de métodos y sus variaciones como algo cerrado cuando esta reflexión se produce en un contexto paradigmático cualitativo? ¿Pueden validarse procesos de indagación que son generativos y novedosos en cada caso y, por definición, sometidos a cambio y variación? ¿Importan, por consiguiente, las variaciones en el método etnográfico, cuando la investigación cualitativa es abierta y generativa? ¿Son esas posibles variaciones estables o es su enfoque concreto función de cada realidad estudiada? Con el fin de abrir nuevas vías para el estudio de estas cuestiones, tomaremos como referencia el enfoque claramente pedagógico seguido por Wolcott (1985) para reflexionar sobre la intención etnográfica. Siguiendo el enfoque de Wolcott, este artículo analizará lo que es la etnografía virtual en sentido inverso, es decir, definiendo lo que no es para conocer aquello que la caracteriza. Según Wolcott, la etnografía no es (sólo) una técnica de campo, no es (sólo) pasar mucho tiempo en el campo, no es simplemente una buena descripción, ni tampoco se genera (sólo) creando y manteniendo una relación con los sujetos. La etnografía es todo eso y algo más. 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.

¿Qué componentes son significativos en el estudio de la etnografía virtual, cuando parece haber consenso en que el hacer etnográfico no varía significativamente en los escenarios físicos, virtuales y conectados tecnológicamente? Los siguientes son temas clave en la formulación de la etnografía virtual. Su análisis inverso permite apreciar la disparidad de criterios en torno a este método y a su forma de aplicación en la práctica:

- # 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.

2.- SOBRE LAS VARIACIONES EN EL ENFOQUE...

El planteamiento de este artículo estuvo sometido a cambios y variaciones que afectaron a todo el proceso de realización. Las variaciones en el enfoque alcanzaron a la propia visión y a la intencionalidad del autor en relación al texto. Fueron las condiciones que rodearon al trabajo, en un entorno de apertura a enfoques cualitativos de corte fenomenológico y, especialmente, performativos, las que justifican esos cambios[2]. “Lo cualitativo” entró de lleno en la fase argumental. La esencia de lo cualitativo, el hecho de no dar por cerrado el conocimiento sobre los fenómenos, partir de suposiciones subjetivas no contrastadas empíricamente e interpretar los acontecimientos desde un prisma abierto que permite múltiples miradas, motivaron cambios de postura sobre el sentido del texto. En ocasiones, el paradigma cualitativo se contrapone a la etnografía como método asociado. De alguna manera, las reflexiones a las que hacemos referencia sobre la dialéctica entre investigación cualitativa e investigación etnográfica son equivalentes a las planteadas por Agar (2006, párr.18), cuando apunta:

“¿Es la investigación cualitativa realmente etnografía? No necesariamente, quizá ni siquiera lo es la mayoría del tiempo. Lo que está claro es que el término [cualitativo] obstaculiza más que ayuda a responder la cuestión de cómo puedes decir si algo es etnografía real.”

El punto de partida de este trabajo es el de la investigación cualitativa, el conocimiento cualitativo de/en Internet, lo que de cultural tienen las prácticas en su seno y las derivadas sociales de los intercambios dentro-fuera de lo virtual. El investigador que aplica una visión cualitativa también está interesado por las preguntas formuladas anteriormente sobre los videos en Youtube; cómo afrontarlas y cómo obtener respuestas significativas culturalmente. La etnografía es un método adecuado a esos fines, pero puede llegar a ser secundario si su papel se reduce solo al de método de estudio. Cuando la etnografía se reduce a un marco estructural para el análisis y la interpretación, entonces, corre el riesgo de convertirse en banal para el estudio y la comprensión de Internet y de lo que ocurre en su interior.

Roth (2006, párr.7), en su réplica a Agar, trata de ampliar las fronteras de los métodos cualitativos y se interesa por abrir la investigación social a diversas corrientes “no contaminadas” [3]:

“Para ser respetable y respetado, uno necesita estar dentro de las fronteras de aquello que distingue a la etnografía real de lo que está fuera y que, por tanto, no pertenece al club. Esta frontera es móvil, como cualquier academia, disciplina y frontera nacional; se hacen guerras en torno a ellas precisamente cuando las fronteras deberían ser movidas, y quienes se apropian de la frontera dejan completamente de lado esa cuestión”.

Este artículo puede tomarse como una síntesis de posiciones como las de Roth y Agar. Ese es el objetivo de centrarse en lo que no “sólo” es etnografía virtual. Ya que esa aproximación incluye también aquello que se está matizando.

De otro lado, este texto responde a la necesidad de determinar lo que no es etnografía virtual a propósito de las tensiones entre el método etnográfico en Internet y otras aproximaciones asociadas lateralmente al ámbito de lo etnográfico. Métodos como la investigación acción participativa, los estudios de casos, la observación participante, la entrevista en profundidad, los grupos de discusión, o la misma intervención social, se emplean dándoles un sentido etnográfico que consiste, básicamente, en la presencia del investigador en el campo durante un tiempo y la descripción posterior de sus experiencias.

Todos esos métodos son un avance en la investigación social, permiten separar el objeto de estudio de lo estrictamente medible y acercarlo al terreno de las experiencias personales y los significados atribuidos a esas experiencias, en lo que se ha llamado la ruptura con el positivismo. La etnografía también recurre a muchos de los métodos de investigación para construir su corpus.

Lo que ocurre es que todos ellos, tomados independientemente, no forman una etnografía. La etnografía no pretende transformar el mundo ni el *empoderamiento* de los colectivos. Tampoco pretende conocer a alguien a través de sus vivencias o estudiar un caso. Si hace esas cosas es para comprender los procesos que están detrás de los hechos. De un modo equivalente, Wolcott (1985, p.202) se hacía estas mismas reflexiones al referirse a la intencionalidad de la etnografía educativa:

“Los etnógrafos tienen su cometido y su genuina contribución que hacer dentro de la comunidad educativa. Ese cometido no consiste en la técnica *per se*, ni en el tiempo que se pasa en el campo, ni en la descripción ‘pura’ o ‘completa’; tampoco consiste en conseguir una relación social o en un desarrollar una multitud de procedimientos de trabajo de campo. Consiste en llevar a cabo la interpretación cultural. Su contribución radica en ayudar a los educadores a entender mejor las pequeñas tradiciones de la escuela y las grandes tradiciones de la sociedad más amplia. Está claro que no todos los educadores buscan ese tipo de entendimiento; pero muchos lo hacen”[4].

Este texto es una invitación a ver qué hay más allá en la etnografía y, también, qué hay más allá en el terreno de la investigación cualitativa. No pretende decir lo que es aceptable y lo que no lo es en el campo de la etnografía virtual. Más bien, pretende iniciar una reflexión sobre las bases para hablar de etnografía en relación a otras prácticas de

investigación en el ciberespacio. Cuando se abre el campo de estudio a “lo cualitativo”, el centro de interés se sitúa en lo que se pretende averiguar y deja de lado el cómo. El cómo es abierto y sometido a variación durante el proceso. Una observación participante puede acabar en etnografía y una pretendida etnografía puede terminar siendo una investigación acción con propósitos de transformación social. Eso es justamente lo distintivo de este paradigma en relación al del positivismo, preocupado por medir, validar, garantizar independencia, obtener representatividad... Lo que importa es el qué (qué significados, qué cultura, qué comportamientos y por qué, cómo hacer para mejorar o para evitar, etc.). Esas son las preguntas que mueven a los investigadores sociales cualitativos.

3.- LA ETNOGRAFÍA VIRTUAL NO TRABAJA (SÓLO) CON COMUNIDADES VIRTUALES...

Un lugar común en los estudios sobre Internet afecta a la noción de comunidad. En el ciberespacio la comunidad ya no remite al sentido clásico que la ubica en algún lugar y tiempo determinado. Una (ciber)comunidad puede ser vista como una comunidad de intereses, de manera que aquello que identifica a los grupos característicos (comunidades virtuales) son precisamente determinados parámetros tomados en el sentido analítico como “características comunes”. La pregunta es: ¿es esto importante para la etnografía?

Barry Wellman *et al.* (2006), en su informe para el Pew Internet & American Life Project, “The Strength of Internet Ties: The internet and email aid users in maintaining their social networks and provide pathways to help when people face big decisions”, mantienen que la sociabilidad en la red va más allá de las interacciones virtuales y se proyecta en un entorno afectivo físico (de lazos afectivos en sentido amplio, personales, de amistad, amorosos, etc.), de manera que los sujetos más conectados virtualmente también lo son en la vida física. Qué es primero, si Internet y luego las relaciones personales, o si el éxito social y luego la proyección virtual, es algo que aún está por averiguar. Pero, en el estado actual de las cosas, la investigación de Wellman *et al.* ya permite validar una teoría que no pasa desapercibida para la etnografía: entre los virtualmente conectados se ha alcanzado un tercer nivel en el tránsito histórico de los modelos de sociabilidad, desde el predominio de las relaciones primarias –encarnadas en la familia y la comunidad física– hacia el de las relaciones secundarias –encarnadas en la asociación–. Lo que el Informe Pew Internet ha validado es la vieja teoría de Wellman (2001), según la cual ahora el patrón social actual se constituye en torno a las relaciones terciarias, encarnadas en redes centradas en el “yo”. Es más, su definición de comunidad como “una red de lazos interpersonales que proporciona sociabilidad, apoyo, información, un sentimiento de pertenencia y una identidad social” (Wellman, 2001), adquiere ahora carta de naturaleza.

Aún es posible dar otra vuelta al clásico postulado de la comunidad de intereses en la red como eje de los análisis etnográficos. El análisis sociológico de Wellman está solo a

un paso del análisis filosófico-antropológico de Bruno Latour. Latour (2005) profundiza en la teoría del actor-red hasta plantear cinco incertidumbres que dan paso a una redefinición de lo social: (1) no existe un solo grupo de pertenencia, sino que las situaciones personales son en sí referidas a múltiples formaciones grupales; (2) las acciones se entienden en el contexto de múltiples interacciones, hasta el punto de que no es sujeto quien inicia la acción sino que es diana de otras muchas interactuando a su alrededor; (3) las acciones no son solo construcciones humanas, también comprenden lo material, de manera que los objetos (y no solo los sujetos) influyen de forma determinante en el devenir personal; (4) los “hechos fácticos”, dados a priori, son también construcciones sociales; (5) la construcción de textos que reflejan situaciones (des un punto de vista empírico) se basa igualmente en la descripción de la red de mediaciones en torno a un acontecimiento. “Lo social”, al fin, es definido como “una asociación momentánea que se deduce interpretando las formas de agrupación de los actores”.

Si bien no es posible obtener un correlato metodológico de la teoría del actor-red, su potencial interpretativo es incuestionable. De sus postulados se deriva que los análisis etnográficos en el ciberespacio desbordan las comunidades virtuales “al uso”, puesto que los artefactos están implicados en la práctica totalidad de las relaciones entre humanos. Esto ya lo explicaban muy bien Doménech y Tirado (2002) cuando decían, apoyándose en Latour (2001), que lo que está presente en las interacciones entre personas son:

“ciertos medios prácticos extrasomáticos que enmarcan y puntúan la interacción: textos, productos tecnológicos, arquitectura, instrumentos de medición, banderas... (...) la sociedad humana se sostiene gracias a elementos no humanos (...) Lo que nos sostiene unidos es lo que está más allá de nuestra carne, mezclado con lo lingüístico, con lo político e ideológico... En otras palabras, lo social no es lo que nos sostiene juntos, sino lo que es sostenido. Y la tecnología juega un papel primordial en ese ejercicio. En definitiva, tecnología y sociedad no son esferas separadas, sino algo mutuamente constitutivo y definitorio”.

En suma, no es posible entender como elementos separados lo tecnológico de lo social. La etnografía se ocupa de lo social, lo cultural y lo antropológico que hay detrás de sociedades y sujetos, y lo hace refiriéndose a marcos estructurales que permitan explicar procesos (aún sin necesidad de contrastarlos como en los positivismos). Es por ello que una etnografía virtual (o, desde este punto de vista, ¿digital?) que sólo se ocupe, o bien de las comunidades virtuales basadas en intereses e interactuando a través de mensajería instantánea, *blogs*, o toda la parafernalia de la Web 2.0, o bien sólo de lo tecnológico, las aplicaciones y el *software* que soporta la interacción social, no sería tal.

4.- LA ETNOGRAFÍA VIRTUAL NO BUSCA (SÓLO) GRUPOS MÁS O MENOS HOMOGÉNEOS, ESTÉN O NO UBICADOS EN CONTEXTOS ESPACIALES EUCLIDIANOS...

Esta sentencia es otro de los territorios comunes cuando se habla de etnografía virtual. Su desarrollo viene a decir algo así:

“En la red podemos encontrar grupos con intereses similares, es decir con características homogéneas que van mas allá de la cultura nacional o local. Estos grupos se congregan en una comunidad virtual y establecen colectividades con formas específicas de ver y de hacer. Para realizar etnografía convencional es necesario identificar un contexto etnográfico, y para hacer etnografía virtual habrá que tratar el espacio virtual como contexto de análisis y las comunidades como congregaciones humanas. La etnografía virtual debe tratar al ciberespacio como una realidad etnográfica”.

En efecto, la etnografía debe tomar el ciberespacio como una realidad en la que se pueden construir significados, generar identidades y establecer agrupaciones más o menos estables y con intereses compartidos. Pero, ¿acaso no es esto así, lo quiera o no la etnografía o cualquier otro método? Centrar el estudio etnográfico sólo en esos aspectos conlleva dejar de lado la visión constructivista de la sociedad, según la cual los objetos que encontramos y describimos son nuestras propias construcciones de construcciones anteriores.

Esa asunción del constructivismo social se ha visto reforzada tras la superación de la triple crisis de la etnografía (de la representación, la legitimación y la praxis) (Denzin, 1996). Rebasar esa crisis ha supuesto una serie de consecuencias que la etnografía virtual ha asumido ampliamente, entre otras: la no presencia continuada del investigador en el campo de estudio, el replanteamiento de la metodología de la entrevista, el papel de las notas de campo o la representación de los datos (todas ellas avanzadas ya por Hine (2002) en sus primeros trabajos). Pero ello no quiere decir que el etnógrafo deba atender especialmente como “tema” etnográfico un grupo cultural o sociedad de pequeña escala que interactúan en un ámbito como ciberespacio.

Algunos principios de Hine (2002) se mantienen en la actualidad; otros han caído ya. Uno de los inmanentes es el que afirma:

“Los límites no son asunciones a priori, sino que se exploran en el curso de la etnografía. El reto de la etnografía virtual consiste en examinar cómo se configuran los límites y las conexiones, especialmente, entre lo ‘virtual’ y lo ‘real’. [Y] este problema arrastra consigo la cuestión de saber cuándo detenerse, o hasta dónde llegar” (p.81).

Internet es artefacto cultural, pero también es cultura; un tipo de cultura con múltiples estratos, con capas y trazas abiertas, que van más allá de lo virtual y penetran ampliamente en lo físico. La construcción del objeto etnográfico en el entorno de Internet es igual de amplia y de cerrada que lo es en las fronteras físicas. Sus objetos y campos

pueden ser igualmente sustantivados tal y como se hace desde las aproximaciones más sociológicas cuando estudian las plazas, los cines, un hogar, etc. Para el estudio de esos contextos desde un enfoque “naturalista” se cuenta con el referente de la estructura sociocultural que los abriga. A partir de ella (y en diálogo con ella) el investigador plantea sus construcciones y significaciones. Obviar esto mismo en las etnografías virtuales conllevaría dejar de lado muchas de las razones que explican construcciones sociales y culturales del objeto de estudio.

5.- EL CAMPO DE ESTUDIO DE LA ETNOGRAFÍA VIRTUAL NO ES (SÓLO) EL CIBERESPACIO...

La división entre “la cultura de Internet” e “Internet como artefacto cultural” puede llevar a confusión en algunas ocasiones. Esto ocurre especialmente cuando el campo de estudio se proyecta a todo el hacer etnográfico. Es decir, cuando se habla de hacer etnografía virtual en sentido lato.

La noción de campo en la etnografía virtual es un componente en evolución. Los primeros teóricos se negaban a asumir la red como contexto etnográfico. Sencillamente no admitían el carácter cultural de Internet. Tras superar esa visión y pasar por una fase balbuceante, el momento actual parece dominado por la idea de “mediación” (Beaulieu, 2004). Aplicado a la noción de campo, el planteamiento de la mediación se aleja de las definiciones basadas en conceptos geoespaciales o reticulares y se centra en los hechos y fenómenos socio-culturales posibilitados por los artefactos tecnológicos en diálogo con los humanos.

Una vez asumido que Internet puede ser un campo de estudio como cualquier otro (Hine, 2002), se trataría ahora de determinar los posibles contextos donde llevar a cabo una etnografía virtual. Para ello, es clarificadora la afirmación de Hammersley y Atkinson (1994) sobre la localización de la etnografía:

“La etnografía puede y tiene lugar en una amplia variedad de lugares: pueblos, ciudades, vecindarios de la ciudad, fábricas, minas, granjas, tiendas, oficinas de negocios de todo tipo, hospitales, teatros de operaciones, prisiones, bares, iglesias, escuelas, institutos, universidades, agencias tribunales, tribunales de justicia, tanatorios, capillas funerarias, etc.” (p.97).

Pues bien, si se añade la sentencia “en Internet” a continuación de cada lugar citado, se obtendrán otros tantos campos de trabajo para la etnografía virtual. La distinción para la etnografía virtual estará, más bien, en el “trabajo de campo” y no en el campo en sí, que ya ha sido definido como virtual y aceptado como territorio susceptible de acoger y generar elementos culturales. Es decir, las distinciones principales remiten al terreno de la acción antes que a la localización. Al fin y al cabo la etnografía no (sólo) es descripción, sino comprensión. No es (sólo) relato, sino diálogo. Y no es (sólo) presencia, sino conocimiento profundo. El etnógrafo lleva a cabo un proceso singular cuando trabaja en el

terreno virtual con el fin de descubrir y *elicit*ar valores y prácticas culturales profundas que son propias de los individuos o grupos sociales que habitan el campo.

Pero, volviendo a la sentencia que encabeza este apartado, el siguiente es un argumento que se suele emplear al hablar de etnografía virtual:

“Las nuevas formas de comunicación permiten nuevas puestas en escena de intereses comunes. Este escenario es el de Internet, el ciberespacio. Para realizar etnografía convencional es necesario identificar un contexto etnográfico. En este sentido debemos tratar al espacio virtual como nuestro contexto de análisis. La etnografía virtual debe tratar al ciberespacio como una realidad etnográfica”.

Esta sentencia puede analizarse al menos desde dos ángulos. La noción de “captura” y la noción “comparativa”. Junto a la mediación, Beaulieu (2004) introduce el componente de captura para referirse a aquellos extractos conversacionales susceptibles de consideración para la etnografía. Estas capturas pueden ser textos, imágenes, o videos, tal y como refleja en su artículo.

Con todo, lo esencial aquí es la renuncia a la consideración holística de la red, como un todo. Del mismo modo que la etnografía clásica se ocupa de una escuela y no de todas las escuelas de un país o del sistema educativo entero, la etnografía virtual no puede tomar el ciberespacio entero como su campo de trabajo. Empleando una argumentación particular, Miller y Slater (2000) añaden:

“(…) para nosotros una aproximación etnográfica a Internet es la que ve la red como incrustada en un lugar específico que está igualmente en transformación (...) nuestra aproximación es etnográfica en tanto que usa la inmersión en un caso particular como base para la generalización a través de análisis comparativos (...) una aproximación etnográfica también es aquella que está basada en un compromiso a largo plazo y multifacético con un escenario social. En ese sentido, somos relativamente conservadores en nuestra defensa de los cánones tradicionales de la investigación etnográfica. Esto es particularmente importante en la actualidad, cuando el término ‘etnografía’ se ha convertido en algo fascinante para muchas disciplinas” (p.14).

Poco que añadir. Si acaso retomar sus reflexiones posteriores acerca de los usos “forzados” de lo etnográfico: en los estudios culturales, en ocasiones la etnografía se emplea para realizar simples análisis textuales o para estudiar comunidades virtuales.

Por consiguiente, la idea de lo multi-situado o lo multi-local (Marcus, 2001), trabajando el campo en múltiples situaciones y localizaciones (físicas y virtuales), cobra fuerza cuando el espacio analizado es un espacio fluido (Castells, 2000). Pero, dejando de lado la presencia del investigador (ahora innecesaria de forma permanente), los rasgos idiosincrásicos de la red no deberían hacer olvidar el clásico método etnográfico “en construcción”.

6.- LA ETNOGRAFÍA VIRTUAL NO ESTUDIA (SÓLO) LOS TEMAS DE LOS QUE TRATAN LAS COMUNIDADES VIRTUALES...

Existe una tendencia a aceptar acríticamente planteamientos sobre la etnografía virtual de este tipo:

“La mayoría de las comunidades virtuales se desarrollan alrededor de un tema. En este sentido, las comunidades virtuales varían de acuerdo a lo que se dice y a las formas de decir lo que se dice. La comunidad virtual es comparable con la noción de campo; un campo limitado por el tema alrededor del cual se estructura la comunidad. La etnografía virtual se encarga de estudiar esos temas de los que tratan las comunidades virtuales”.

Esa es una visión limitada que reduce las posibilidades del estudio cualitativo de la virtualidad. Por supuesto, el estudio de los temas que tratan las comunidades virtuales es apasionante[5], pero ese no es el único objeto de la etnografía virtual.

Puede que el cambio de enfoque sea una cuestión de tiempo. Kuhn (1962) apunta que se necesita cierto tiempo para que las nuevas corrientes teóricas cristalicen y desplacen a los paradigmas establecidos. Ese proceso es dinámico y se da de forma constante, pero hay períodos de estabilidad en los que un paradigma es dominante. Si hay algún rasgo que caracteriza el momento actual es el de la fluidez, lo líquido, lo evanescente, lo inestable (Verdú, 2003). El cambio determina el devenir de los acontecimientos. La innovación está en la base de la sociedad de la información, de la que Internet es su materia prima (Castells, 2000). Eso hace que, en esta etapa, y especialmente en el área de la ciencia que estudia los fenómenos más vinculados a la innovación (social, tecnológica, metodológica), los paradigmas transcurran en períodos de tiempo más cortos. Un paradigma que veía (sólo o muy especialmente) el interior de Internet como objeto de estudio específico (la cultura de/en Internet e Internet como cultura en sí misma), con un tipo de estructura propia, integrada por comunidades estables, donde las personas comparten hábitos de comportamientos susceptibles de ser estudiados de forma particular, está dejando paso a otro caracterizado por una visión de la Red y el ciberespacio como un fenómeno cultural complejo (Internet como artefacto cultural). En esta concepción la cultura de/en Internet se entrelaza con la de la sociedad física, donde una de las claves es la mediación, que puede ser estudiada desde múltiples aproximaciones, porque en su interior hay lugar para otros tantos fenómenos, compuestos, complejos, indefinidos y fluidos. Lo central aquí no es definir el método, explicar los principios epistemológicos que hacen su estudio diferencial, o atender a las cuestiones de validez en el contexto de la ciencia social, sino averiguar los significados con los que se construyen las relaciones, encontrar sentido a los comportamientos, describir procesos, analizar transformaciones y representar los datos de forma apropiada al medio y los elementos que han ocupado el campo de investigación.

En estos momentos se está produciendo esa transición. El cambio –que a falta de un relato generacional, es más “de facto” que justificado, o fruto de la reflexión y del consenso– está dejando de lado las figuras que fueron ascendentes en el paradigma anterior.

La madurez de Internet y la actual realidad del ciberespacio hacen que algunos estudios clásicos que han sido clave en el análisis de la cibercultura –por citar solo tres significativos, Turkle (1995), Agre y Schuler (1997) o el más reciente de Wilson y Peterson (2002)– sean vistos hoy en día con cierta distancia. Los mismos Rheingold (1993), Smith y Kollock (1997) –éste, si exceptuamos el capítulo de Wellman y Gulia (1997)– y Jones (1998), por citar a los autores más destacados, también corresponden a otro paradigma anterior. Esto no quiere decir que esas visiones no sean centrales y lo sigan siendo en el futuro. Son referencias científicas y entre ellas y los métodos actuales se dan múltiples conexiones. Por ejemplo, la visión literaria de Gibson (1984) no es puesta en duda como metáfora del ciberespacio. O, desde la ciencia, las aproximaciones de Escobar (1994), Castells (2000) o Hine (2000) son hoy por hoy plenamente vigentes. Basan su actualidad en el lenguaje que emplean, el lenguaje de la ciencia básica; en estos casos, el de la antropología y la sociología. Es decir, hablan de desde territorios estables, esenciales. Estos y otros autores han puesto las bases de lo que hoy en día son los estudios sociales, culturales, económicos, educativos, etc., basados en métodos cualitativos[6].

Pero esa visión se torna hoy distinta. Los textos de los autores de referencia no pueden ser analizados del mismo modo que lo eran hace tres o cuatro años. Ahora las bases se han movido, porque la superficie sobre la que descansan es, por definición, inestable y compleja. En los ochenta no existía Google y no es hasta 2005 que se habla de la Web 2.0. Solo esos dos artefactos tecnológicos han dado lugar a cambios culturales tan profundos –cambios culturales en el sentido dado, entre otros, por Latour (1987)– que requieren de nuevos horizontes epistemológicos para ser interpretados.

Para finalizar este punto, citaré un trabajo en la línea de los enfoques contemporáneos, basados en las corrientes científicas clásicas y que recurren a autores del pasado para planear nuevas aproximaciones. Ese enfoque no desecha las contribuciones clásicas, sino que les da una vuelta más para adaptarlas al actual contexto.

Para Budka y Kremser (2004) la (ciber)antropología, o la antropología de la cibercultura, trata sobre:

“las tecnologías y cómo éstas son construidas e implementadas en la sociedad y la cultura. En ese sentido, la ciberantropología no es completamente nueva. Desde 1950, los antropólogos han investigado de forma creciente las tecnologías y sus particulares impactos en las culturas no-occidentales. Uno de los ejemplos más conocidos es el trabajo de Maurice Godelier (1971) sobre los efectos de la introducción de hachas de acero en grupos indígenas de Papua Nueva Guinea y Australia, pero como anota Escobar (1994), entre otros (por ejemplo, Pfaffenbenger, 1992), uno no puede adaptar esas aproximaciones al altamente complejo sistema tecnológico en las sociedades y culturas ‘modernas’” (p.214).

Ese puede ser un punto de partida para las etnografías virtuales: las aproximaciones esenciales a la antropología. Pero, tras de esa sentencia, es igualmente preciso anotar

objetos y ámbitos para el estudio. Budka y Kremser (2004, p.215) proponen los siguientes ámbitos para la etnografía, entre los que se incluyen, como no, las comunidades virtuales (el apartado donde incluyen esas referencias se titula “Los dominios etnográficos de la ciberantropología”, lo que en sí constituye una declaración de intenciones):

(a) “Quizás el dominio más obvio para la investigación etnográfica puede situarse allí donde las TICs son producidas y usadas: desde laboratorios informáticos y empresas, proveedores de servicios de Internet (ISPs) y centros de diseño de realidad virtual, hasta hogares, escuelas y lugares de trabajo como áreas de recepción y consumo”.

(b) “Un segundo dominio está formado por el uso de TICs, como Internet, que conecta a millones de ordenadores y a sus usuarios. (...) [Dentro de las comunidades virtuales] Los etnógrafos pueden estudiar las diversas relaciones entre lenguaje, estructura social e identidad cultural que son producidas por la comunicación MEDIADA [n.d.t. subrayado nuestro] por ordenador”.

(3) “La ‘economía política de la cibercultura’ es otro de campo para el estudio etnográfico; éste investiga las relaciones entre ‘información’ y ‘capital’, así como las dinámicas políticas y culturales que la ‘información’ pone en movimiento”.

Budka y Kremser (2004) citan masivamente a Escobar (1994) y también a Daniel Miller y Don Slater (2000), dos de los “pioneros-actualizados”. En este trabajo apuntan solo unos pocos casos de estudio etnográfico. Las posibilidades de hallar otros son tan amplias como la realidad sociocultural de Internet y sus aledaños. El campo de trabajo etnográfico es, pues, amplio y va más allá de las comunidades virtuales.

7.- EL MÉTODO DE LA ETNOGRAFÍA VIRTUAL NO CONSISTE (SÓLO) EN ANALIZAR LAS COMUNICACIONES EN UN ESPACIO VIRTUAL...

El método etnográfico ha sufrido numerosas modificaciones a lo largo del tiempo. Cuestiones como la permanencia en el campo, las técnicas de investigación o la ética, directamente vinculada a la observación participante, han tomado valores diferentes con el paso de los años y a medida que han variado los contextos, preceptos epistemológicos o los marcos interpretativos en la investigación cualitativa. Ahora, con la etnografía virtual, hay una tendencia a asumir algunos principios metodológicos como preestablecidos. Ese es el caso de un postulado que viene a decir:

“La etnografía virtual asume una serie de estrategias de investigación, siendo la más empleada la 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 entrevista a través de correo electrónico. Ese es un tipo de investigación muy interesante desde el punto de vista social y cultural, ya que permite conocer la evolución y el estado actual de una

comunidad virtual determinada. Desde ese enfoque, la comunidad virtual se toma como el campo de observación en el sentido bourdieuano[7], es decir, se trata de un espacio de juego determinado mediante regularidades de conducta y reglas aceptadas. A través del rastreo de los mensajes y conociendo las reglas que regulan la comunidad, el investigador puede acceder al comportamiento y la temática de esa comunidad virtual, a su visión, a las peculiaridades que la definen y la diferencian del resto. Igualmente, aplicando la perspectiva de Hymes (1971) es posible determinar las principales regularidades sociolingüísticas que, desde un punto de vista cultural, son básicas para explicar los comportamientos en comunidades virtuales basadas en el intercambio de mensajes simbólicos en formato texto.

Esas estrategias son muy prácticas cuando se trata de hacer etnografía virtual, etnografía del ciberespacio. Sin embargo todas ellas pueden ser ampliadas de un modo más abierto cuando hablamos de hacer etnografía en/desde/con/entre Internet. Considerar Internet en un sentido etnográfico supone igualmente problematizar la tecnología que la soporta y hacerlo en el contexto de la sociedad donde se ha creado. Para Latour (2001), estamos viviendo en un mundo donde los vínculos sociales se establecen por medio de los significados que posibilitan artefactos contruidos de forma artificial. Problematizar y mostrar extrañamiento ante la tecnología de Internet puede ayudar a convertir los métodos cualitativos de la entrevista y la observación en elementos centrales de una etnografía en/de Internet y sus fenómenos asociados. El objetivo entonces será el de gestionar las “anomalías” (Werner y Schoepfle, 1987) de Internet en su conjunto durante el período de investigación para hacer, a continuación, un análisis del contenido de los datos y representarlos de modo etnográfico. Y para ello será necesario emplear nuevos métodos adecuados a un campo así definido.

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). En el terreno metodológico, al etnografía virtual también necesita replantearse la “crisis del método”, pero de una forma específica. Puede que visitar foros, preguntar a los participantes y analizar listados de FAQs no sea suficiente para acceder a los códigos culturales de una determinada comunidad. Igualmente un tipo de análisis del contenido textual (el producto cultural de la comunidad) basado únicamente en la codificación y categorización, puede no ser del todo eficaz para comprender el sentido profundo de las comunicaciones. Del mismo modo que el cognitivismo y la etnología ayudaron en los años sesenta a la superación de la crisis del método en la etnografía, en la actualidad son otras los recursos metodológicos a disposición de los investigadores para acceder a las formas culturales vinculadas a la red. La crisis de los sesenta se apoyó en la etnología para ayudar al investigador a adquirir un conocimiento de la cultura que estaba estudiando para poder así intercambiar significados a sus interlocutores. Entonces se trataba de que ambos, investigador e investigado, compartieran los mismos códigos culturales para que entre ambos se pudiera dar un diálogo significativo para la investigación.

Pero, cómo conocer más profundamente una comunidad virtual, o una comunidad formada por personas que interactúan en el terreno de Internet y trasladadas sus acciones también al campo de acción físico (como ocurre, por ejemplo, con la mayoría de comunidades de *bloggers*). El constructivismo social (Gergen y Gergen, 2003) y la ciencia social preformativa (Jones, 2006), pueden introducir algunas respuestas epistemológicas y teóricas en ese sentido. En el terreno específicamente metodológico, el análisis de redes sociales también puede ser un enfoque de amplio recorrido para la etnografía en/de Internet.

Un ejemplo en ese sentido, extraído del trabajo de campo en comunidades virtuales con finalidades formativas en torno a foros virtuales, es el trabajo de Domínguez y Alonso (2005), donde comentábamos que:

“Determinados comportamientos con escaso potencial formativo en situaciones off-line, demuestran ser decisivos para articular gran parte del conocimiento generado en un foro virtual. En nuestras observaciones hemos visto con frecuencia mensajes con un contenido irrelevante desde el punto de vista pedagógico que, sin embargo, adquieren una importancia central dentro del foro, agrupando comunicaciones y generando debate y reflexión en torno a ellos. (...) la explicación a esas desviaciones en las contingencias y reciprocidades comunicativas en el ciberespacio –y otras encontradas en foros educativos, como la ausencia de relación entre número de mensajes emitidos y respuestas obtenidas o entre la tipología del discurso, más o menos estructurada, y la resolución de dudas en el grupo– no son resueltas adecuadamente en las [actuales] investigaciones de corte etnográfico, lo que lleva a buscar otros enfoques complementarios que permitan enriquecer el estudio pedagógico de las comunidades virtuales.

El análisis de redes sociales (ARS) está en condiciones de rellenar esa clase de lagunas. Fuera de los razonamientos positivistas, los métodos estructurales y de ARS permiten explicar en términos relacionales el peso de un mensaje dentro de la red de comunicación establecida en un foro virtual. Y también, considerando los atributos personales de los participantes, el ARS aporta claves relevantes que pueden explicar los procesos de socialización en una determinada comunidad. Tomados como nodos dentro de una red de comunicación, algunos mensajes en foros virtuales pueden analizarse por su contenido empleando técnicas de análisis de datos cualitativos ‘blandos’, pero su relevancia como parte de la matriz relacional de todos los mensajes al foro posee además una justificación en términos de centralidad, conectividad o grado de intermediación de ese nodo con los demás de la red. En ese sentido, al ARS no viene a interponerse a los métodos cualitativos clásicos, simplemente enriquece el análisis aportando informaciones sobre el estado de la cuestión que permiten reflexionar nuevamente acerca de los procesos – sociales o de aprendizaje– que tienen lugar en el seno del grupo” (p.385).

Esta aproximación también es citada por Anne Beaulieu (2004) en referencia a la no-subjetividad del etnógrafo. Beaulieu menciona el trabajo de Howard (2002), basado en el método de la “etnografía reticular”, que emplea el ARS para estudiar el cómo y los términos de las organizaciones hypermedia. Integrado en la etnografía, este método hace posible que, por un lado el etnógrafo identifique los comportamientos más próxi-

mos en el conjunto de relaciones reticulares y, además, permite acceder a la distribución de las relaciones en el conjunto de la red.

“El objeto del estudio [de Howard] se produjo aquí por abstracción de ciertos comportamientos o funciones individuales, y la representación de esos comportamientos en el campo es determinante. Los elementos de la interacción con los actores son modelados por la identificación de sitios de trabajo de campo a través del uso de procesos automatizados” (Beaulieu, 2004, p.149).

Estos enfoques novedosos aplicados a la etnografía virtual hacen que el centro de atención pase de la comunicación a la intermediación, y del análisis holístico del contenido a mediaciones concretas, como las que posibilitan procesos situados que dan lugar a construcciones sociales localizadas. En ese sentido, la etnografía virtual podría entenderse como una etnografía estructurada en torno a casos concretos dentro y fuera de la red, vinculados entre sí por medio de complejas relaciones mediadas por artefactos tecnológicos, de los que Internet solo sería uno más de ellos. Por consiguiente, resolver la nueva crisis del método etnográfico cuando entran en juego factores tecnológicos digitales, tendría que ver con afrontar y resolver con el uso de métodos de penetración, análisis y representación, la complejidad del entramado relacional que está implicando a sujetos y a máquinas al mismo tiempo.

8.-BIBLIOGRAFÍA.

ACEROS, J.C (2006): Subvirtiendo el orden informacional; siguiendo la pista de los hackers. Conferencia en el *Workshop Investigando el mundo digital*, Castelldefels, 31 de mayo, UOC.

AGAR, M. (2006): An Ethnography By Any Other Name..., *Forum: Qualitative Social Research* [On-line Journal], 7 (4). Disponible: <<http://www.qualitative-research.net/fqs-texte/4-06/06-4-36-e.htm>> [Consulta: 20/11/2006].

AGRE, P.E. y SCHULER, D. (Eds.) (1997): *Reinventing Technology, Rediscovering Community: Critical Studies in Computing as a Social Practice*. Greenwich. Ablex.

BEAULIEU, A. (2004): Meditating Ethnography: objectivity and the making of ethnographies of the internet, *Social Epistemology*, special issue on "Objectivity", from workshop "Objects of Objectivity", 18(2-3), 139-164. Disponible: <<http://www.virtualknowledgestudio.nl/staff/anne-beaulieu/documents/mediating-ethnography.pdf>> [Consulta: 9/12/2006].

BOURDIEU, P. y WACQUANT, L. (1995): *Respuestas. Por una antropología reflexiva*. México. Grijalbo.

BUDKA, P. y KREMSER, M. (2004): CyberAnthropology - Anthropology of CyberCulture, en KHITTEL, S.; PLANKENSTEINER, B. y SIX-HOHENBALKEN, M.

(Eds.) *Contemporary issues in socio-cultural anthropology. Perspectives and research activities from Austria.* Viena, Loecker, 213-226. Disponible: <http://www.philbu.net/media-anthropology/Budka_Kremser_Cyberanthro.pdf> [Consulta: 11/12/2007].

CASTELLS, M. (2000): *La era de la información. Vol.1 la Sociedad Red.* Madrid. Alianza.

DENZIN, N. (1996): *Interpretive Ethnography: Ethnographic Practices for the 21st Century.* Thousand Oaks. Sage.

DOMÉNECH, M. y TIRADO, F.J. (2002): Ciencia, tecnología y sociedad: nuevos interrogantes para la psicología. *UOC artículos* [Online]. Disponible: <<http://www.uoc.es/web/esp/art/uoc/domenech-tirado0302/domenech-tirado0302.html>> [Consulta: 9/12/2006].

DOMINGUEZ, D. (2007): *An autoethnographic approach to fieldwork at the 'Centre for Qualitative Research', Bournemouth University (England), Summer 2006.* Disponible: <<http://www.bournemouth.ac.uk/iwcs/rescqdrdr.html>> [Consulta: 10/1/2007].

DOMÍNGUEZ, D. y ALONSO, L. (2005): Combined Evaluation of On-Line Learning Communities, en MÉNDEZ, A.; GONZÁLEZ, B.; MESA, J. y MESA, J.A. (Eds.) *Recent Research Developments in Learning Technologies.* Badajoz. FORMATEX, 384-389. Disponible: <<http://www.formatex.org/micte2005/174.pdf>> [Consulta: 11/12/2007].

ESCOBAR, A. (1994): Welcome to Cyberia. Notes on the Anthropology of Cyberculture, *Current Anthropology*, 35(3), 211-231. Disponible: <<http://www.unc.edu/~aescobar/text/eng/arturowelc.pdf>> [Consulta: 11/12/2007].

GEERTZ, C. (1973): *The interpretation of cultures.* New York, Basic Books.

GERGEN, M.M. y GERGEN, K.J. (Eds.)(2003): *Social Construction: A Reader.* Londres. Sage.

GIBSON, W. (1984): *Neuromancer.* New York. Ace Books.

GODELIER, M. (1971): 'Salt currency' and the circulation of commodities among the Baruya of New Guinea, en DALTON, G. (Ed.) *Studies in economic anthropology.* Washington, American Anthropological Association, 376-379.

GÓMEZ, E. (2006): Dancing duovideoplaybacks. *Tesis y antítesis* [Online], Post, 23 de agosto. Disponible: <<http://tesis-antitesis.blogspot.com/2006/08/dancing-duovideoplaybacks.html>> [Consulta: 7/12/2006].

HAMMERSLEY, M. y ATKINSON, P. (1994): *Etnografía. Métodos de investigación*. Barcelona. Paidós.

HINE, C. (2002): *Etnografía virtual*. Barcelona. UOC.

HOWARD, P.N. (2002): Network Ethnography and the Hypermedia Organization: New Media, New Organizations, New Methods, *New Media Society*, 4, 550–574.

HYMES, D. (Ed.)(1971): *Pidginization and Creolization of Languages*. Cambridge. Cambridge University Press.

JONES, K. (2006): A Biographic Researcher in Pursuit of an Aesthetic: The use of arts-based (re)presentations in "performative" dissemination of life stories, *Qualitative Sociology Review*, II (1), 66-85. Disponible <http://www.qualitativesociologyreview.org/ENG/Volume3/QSR_2_1_Jones.pdf> [Consulta: 11/12/2007].

JONES, S.G. (Ed.)(1998): *Cybersociety 2.0: revising computer-mediated communication and society*. Thousand Oaks. Sage.

KUHN, T.S. (1962): *La estructura de las revoluciones científicas*. México. FCE.

LATOUR, B. (1987): *Science in Action: How to Follow Scientists and Engineers through Society*. Cambridge, MA. Harvard University Press.

LATOUR, B. (1991): *Nous n'avons jamais été modernes. Essai d'anthropologie symétrique*. Paris. La Découverte.

LATOUR, B. (2001): *La esperanza de Pandora*. Barcelona. Gedisa.

LATOUR, B. (2005): *Reassembling the Social: An Introduction to Actor-Network-Theory*. Oxford. Clarendon.

LÉVY, P. (1995): *Qu'est ce que le virtual?* Paris. La Découverte.

LÉVY, P. (1997): *Collective Intelligence: Mankind's Emerging World in Cyberspace*. New York y Londres. Plenum Press.

LÉVY, P. (1998): Sobre la Cibercultura, *Revista de Occidente*, 206, 13-31.

MARCUS, G.E. (2001): Etnografía en/del 'sistema' mundo. El surgimiento de la etnografía multilocal, *Alteridades*, 11(22), 111-127.

MILLER, D. y SLATER, D. (2000): *The Internet: An Ethnographic Approach*. Oxford. Berg.

PFAFFENBENGER, B. (1992): The social anthropology of technology, *Annual Review of Anthropology*, 21, 491-516.

RHEINGOLD, H. (1993): *The Virtual community. Homesteading in the electronic frontier*. Nueva York. Harper Perennial.

ROTH, W.-M. (2006): But Does "Ethnography By Any Other Name" Really Promote Real Ethnography?, *Forum: Qualitative Social Research* [On-line Journal], 7 (4). Disponible: <<http://www.qualitative-research.net/fqs-texte/4-06/06-4-37-e.htm>> [Consulta: 7/12/2006].

SMITH, M. y KOLLOCK, P. (Ed.)(1999): *Communities in Cyberspace: Perspectives on New Forms of Social Organization*. Londres. Routledge Press.

TURKLE, S. (1995): *Life on the Screen: Identity in the Age of the Internet*. New York. Simon & Schuster.

VERDÚ, V. (2003): *El estilo del mundo. La vida en el capitalismo de ficción*. Barcelona. Anagrama.

WELLMAN, B. (2001): Physical Place and CyberPlace: The Rise of Personalized Networking, *International Journal of Urban and Regional Research*, 25, Special Issue on "Networks, Class and Place". Disponible: <<http://www.chass.utoronto.ca/~wellman/publications/individualism/ijurr3a1.htm>> [Consulta: 9/12/2006].

WELLMAN, B. y GULIA, M. (1997): Net Surfers don't ride alone: Virtual Communities as Communities, en SMITH, M. y KOLLOCK, P. (Ed.) *Communities in Cyberspace: Perspectives on New Forms of Social Organization*. Londres. Routledge Press. Disponible: <<http://www.chass.utoronto.ca/~wellman/publications/netsurfers/netsurfers.pdf>> [Consulta: 11/12/2007].

WELLMAN, B.; BOASE, J.; HERRIGAN, J.B. y RAINIE, L. (2006): The Strength of Internet Ties: The internet and email aid users in maintaining their social networks and provide pathways to help when people face big decisions, Informe para el *Pew Internet & American Life Project*. Disponible: <http://www.pewinternet.org/pdfs/PIP_Internet_ties.pdf> [Consulta: 9/12/2006].

WERNER, Oswald y Schoepfle, Mark (1987). *Systematic Fieldwork Ethnographic Analysis and Data Management*. Newbury Park, CA, Sage.

WILSON, S.M. y PETERSON, L.C. (2002): The anthropology of online communities, *Annual Review of Anthropology*, 31, 449–467. Disponible: http://uts.cc.utexas.edu/~swilson/research/wilson_peterson.pdf [Consulta: 11/12/2007].

WOLCOTT, H. (1985): On ethnography intent, *Educational Administration Quarterly*, XXI (3), 187-203. [Una versión del artículo está disponible en: <http://www.indiana.edu/~educy520/readings/wolcott87.pdf>, consulta: 8/12/2006].

Notas:

[1] Idea tomada de Gómez (2006).

[2] Este artículo está basado en el trabajo de campo durante una estancia de investigación en el Centro de Investigación Cualitativa de la Universidad de Bournemouth (Inglaterra) en el verano de 2006. Para una revisión de las anotaciones del investigador, véase <http://cibercampo.blogspot.com/>

[3] De hecho, Wolff-Michael Roth critica de forma radical el planteamiento de Michael Agar (2006) sobre la etnografía. Lo rechaza de plano por considerar que está empleando métodos dentro de la etnografía para explicar lo que la etnografía es, con lo cual está ya tomando partido por una postura y dejando de lado el resto.

[4] Traducción de M. Lourdes Soto Pérez, de la versión en castellano: Wolcott, Harry F. (1993). Sobre la intención etnográfica. En Honorio M. Velasco, Javier García y Ángel Díaz (Eds.). *Lecturas de antropología para educadores*. Madrid: Trotta, 127-144.

[5] Para un buen ejemplo de un estudio de caso de corte etnográfico sobre una comunidad virtual, véase Aceros (2006). Aceros ha seguido los pasos de *hackers* en el ciberespacio y más allá del ciberespacio, analizando una de sus comunidades estructurada en torno a la idea de “proyecto”.

[6] Por ejemplo, en el terreno socio-educativo, la aproximación de Pierre Lévy a la cibercultura (Lévy, 1998), lo virtual (Lévy, 1995) y sus transferencias a lo educativo (Lévy, 1997), continúa siendo referentes.

[7] Véase Bourdieu y Wacquant (1995).

Para citar este artículo puede utilizar la siguiente referencia.

DOMÍNGUEZ FIGAREDO, Daniel (2007): Sobre la intención de la etnografía virtual. SÁNCHEZ GOMEZ, M^a Cruz & REVUELTA DOMÍNGUEZ, F. I. (Coords.) Metodología de Investigación Cualitativa en Internet [monográfico en línea]. Revista Electrónica de la Educación: Educación y Cultura en la Sociedad de la Información. Vol. 8, nº1. Universidad de Salamanca [Fecha de consulta: dd/mm/aaaa] <http://www.usal.es/~teoriaeducacion/rev_numero_08_01/n8_01_dominguez_figaredo.pdf>
ISSN 1138-9737