

X Jornadas de Sociología. Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires, 2013.

Modos de abordajes de los entornos virtuales desde las ciencias sociales.

Victoria Sánchez Antelo.

Cita:

Victoria Sánchez Antelo (2013). *Modos de abordajes de los entornos virtuales desde las ciencias sociales. X Jornadas de Sociología. Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires.*

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/000-038/782>

Acta Académica es un proyecto académico sin fines de lucro enmarcado en la iniciativa de acceso abierto. Acta Académica fue creado para facilitar a investigadores de todo el mundo el compartir su producción académica. Para crear un perfil gratuitamente o acceder a otros trabajos visite: <https://www.aacademica.org>.

VIRTUALIDAD E INTERROGANTES METODOLÓGICOS

Modos de abordajes de los entornos virtuales desde las ciencias sociales.¹

Victoria Sánchez Antelo²³

RESUMEN

El propósito de este trabajo es reflexionar acerca de la relación entre NTIC's y las estrategias metodológicas de investigación social. Específicamente sobre sus posibilidades, limitaciones y desafíos que esta articulación representan respecto a los usos tradicionales de las técnicas. Tal como señalan distintos autores (Elisenda Ardèvol, Estalella, & Domínguez, 2008; Escobar, 2005; Hine, 2004) Internet nos enfrenta a un doble problema en tanto objeto de estudio y plataforma para el uso de herramientas de investigación. Esto conduce a dos líneas que organizan este trabajo de revisión bibliográfica: en primer lugar, aspectos epistemológicos y metodologías que se utilizan para analizar los usos de estas tecnologías, las interacciones virtuales y los cambios en la sociabilidad derivados de su mayor presencia en la vida cotidiana. Aquí la importancia de los abordajes etnográficos habilitó a innovaciones metodológicas mediante el uso de múltiples herramientas de recolección de datos, alternadas online/offline, al tiempo que dio lugar a preguntas de orden epistemológico y ético. En segundo lugar, abordaré las metodologías que se apoyan en las facilidades de las instancias virtuales y de los dispositivos tecnológicos de comunicación para hacer uso de las técnicas tradicionales de investigación social, aunque con algunas adaptaciones. En este caso, las principales innovaciones parecen relacionarse más con la reducción de costos y las redefiniciones del tiempo y del espacio que en los instrumentos en sí. Dado que sería imposible dar cuenta de todo lo que se ha hecho, privilegié los trabajos de sociología y antropología cercanos a temas de salud y de juventudes, ámbitos de preocupación del equipo de investigación en el cual participo.

Palabras clave: Interacción Virtual, métodos online/offline, etnografía virtual, hipermediaciones

¹ Una versión resumida de este trabajo fue presentado para publicación en el IIGG que está pendiente de evaluación. Aun así cabe aclarar que en esta ponencia se ha reformulado y ampliado los contenidos.

² Socióloga. Magíster en Empleo y Política Social por la Universidad Autónoma de Barcelona, España. Actualmente, bajo la dirección de la Dra. Ana María Mendes Diz y la tutoría de la Dra. María Epele, trabajo en mi tesis de doctorado gracias a la beca interna del Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Tecnológicas, con sede en el Instituto de Investigación Gino Germani de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Buenos Aires. Asimismo, participo del Proyecto de Reconocimiento Institucional (PRI) N° R10-262-Facultad de Ciencias Sociales-Universidad de Buenos Aires "Exposición al riesgo de los jóvenes en el campo de la sexualidad y las relaciones de género en el ámbito de las interacciones virtuales." dirigido por la Dra. Patricia K. N. Schwarz.

³ Agradezco el paciente asesoramiento en ciencias de la comunicación de Fátima Sánchez Antelo, que ha orientado la búsqueda bibliográfica; a la dedicación del equipo del Centro de Documentación e Información que han facilitado el acceso a materiales esenciales; así como el trabajo de búsqueda de información realizado por Juan Marchetto.

1. INTRODUCCIÓN

Subiendo a cualquier medio de transporte resalta la tendencia postural de nuestros contemporáneos altamente concentrados en una micropantalla. Si recorremos las calles de la ciudad, se pueden observar publicidades de universidades, golosinas y, obviamente, de los cada vez más diversos productos tecnológicos que nos remarcen la cotidianeidad de nuestras prácticas *offline/online*. Parece no tratarse de alternar entre una instancia y otra, sino de una necesaria simultaneidad, que es posible gracias a las distintas terminales móviles con acceso a Internet que consumimos.

Si analizamos los estudios académicos que abordan las prácticas sobre uso de Internet, más allá del tópico específico que trabajen, aparece de forma más o menos implícita una preocupación que podría resumirse así: un mundo adulto –los inmigrantes digitales o semi-nativos, dependiendo del dispositivo- ansioso por apropiarse, capitalizar el potencial, controlar, regular o, al menos, enterarse de qué es lo que pasa con una tecnología que se le presenta de, para y desarrollada por jóvenes –los nativos digitales-. Aun así, cabe destacar que, si bien de los usuarios de Google (90 millones de usuarios individuales) un 50% tienen menos de 24 años, entre de los usuarios de *Facebook* (845 millones de usuarios individuales activos) y *Twitter* (127 millones) los mayores de 45 años o más representan un 46% en la población *facebookera* y un 58% de los *tuitteros*; en la red social más extendida, los menores de 24 años representan el 14% y en la red de *microblogging* un 19%. En ambas plataformas, son las chicas las de mayor presencia: 57% en Facebook y 59% en Twitter (MDG, 2012).

Como reflejo de esta extensión, en el ámbito de las ciencias sociales encontramos numerosos trabajos sobre temas y ámbitos en los que la comunicación mediada entra en juego. Algunos ejemplos consultados son sobre:

- a. las potencialidades de las comunidades virtuales para fines pedagógicos o de cooperación investigativa (Avila Meléndez, Madrid, & Echeverría-González, 2009; Pini, Musanti, Kaufman, & Amaré, 2012; Piscitelli, Adaime, & Binder, 2010);
- b. las posibilidades y limitaciones del uso de herramientas web para los análisis sociológicos y culturales (Alvarez Cadavid, 2009; Ardèvol, Bertrán, Callén, & Pérez, 2003; Estalella & Ardèvol, 2010; Jiménez Rodríguez & Fernández de Haro, 2004; Mann & Stewart, 2000; O'Connor & Madge, 2003; Urresti, 2008a; Ward, 1999);
- c. reflexiones acerca de los desafíos epistemológicos y teóricos que supone el estudio de las sociabilidades en este medio (Escobar, 2005; Estalella & Ardèvol, 2010; Estalella & Ardèvol, 2007; Gálvez Mozo, 2004; Grillo, 2007; Hine, 2004; Mann & Stewart, 2000; Piscitelli, 2005; Scolari, 2008; Soriano, 2007);

- d.** el uso de TIC's por parte de niños, niñas, adolescentes y jóvenes en el ámbito de la salud y en la educación (Fox & Ward, 2005; Matías, 2011; Melamud et al., 2009; Mendes Diz et al., 2012; Morduchowitz, Marcon, Silvestre, & Ballestrini, 2010; Pini et al., 2012; Schwarz, Mendes Diz, Trupa, Itoiz, & Sánchez Antelo, 2011; Urresti, 2008a; Valentine & Holloway, 2002); y por último,
- e.** la posible definición de nuevos campos de estudio, análisis de las resignificaciones urbanas, las nuevas formas de producción de conocimiento, en síntesis sobre las transformaciones sociales que traen aparejadas las mediaciones tecnológicas (Castells, 2001, 2002; Finquelievich & Prince, 2007; Hine, 2007; Urresti, 2008b; Wouters & Beaulieu, 2007; Wouters, 2004).

La abundancia de trabajos reclama una reflexión acerca de cómo abordamos el estudio de un espacio que se nos presenta como de ¿nuevas/distintas? sociabilidades.

El propósito de este trabajo es reflexionar acerca de las estrategias metodológicas, sus posibilidades, limitaciones y desafíos respecto a los usos tradicionales de las técnicas de investigación social. Tal como señalan distintos autores (Ardèvol, Estalella, & Domínguez, 2008; Escobar, 2005; Hine, 2004) Internet nos enfrenta a un doble problema en tanto objeto de estudio y plataforma para el uso de herramientas de investigación.

Esto conduce a dos líneas que organizan este trabajo: en primer lugar, las metodologías que se utilizan para analizar los usos de estas tecnologías, las interacciones virtuales y los cambios en la sociabilidad derivados de su mayor presencia en la vida cotidiana. Aquí la importancia de los abordajes etnográficos habilitó a innovaciones metodológicas mediante el uso de múltiples herramientas de recolección de datos, alternadas *online/offline*, al tiempo que dio lugar a preguntas de orden epistemológico y ético.

En segundo lugar, abordaré las metodologías que se apoyan en las facilidades de las instancias virtuales y de los dispositivos tecnológicos de comunicación para hacer uso de las técnicas tradicionales de investigación, aunque con algunas adaptaciones. En este caso, las principales innovaciones parecen relacionarse más con la reducción de costos y las redefiniciones del tiempo y del espacio que en los instrumentos en sí. Dado que sería imposible dar cuenta de todo lo que se ha hecho, en este último punto presento un cuadro de síntesis en el que se indican las principales variaciones o tópicos a tener presente. Asimismo, en las referencias privilegié los trabajos de sociología y antropología cercanos a temas de salud y de juventudes, ámbitos de preocupación del equipo de investigación en el cual participo.

2. ALGUNOS PROBLEMAS CONCEPTUALES

Un viejo lema sociológico dice que la elaboración de un protocolo metodológico es posible, si y solo si, se tiene en claro qué se quiere estudiar. La definición conceptual del "objeto de estudio" es clave para demarcar las fronteras por donde se moverá la investigación. En este sentido, los abordajes de las interacciones medidas por tecnologías, como cualquier tópico social, comienza con un debate conceptual:

2. 1. ¿Medio, mediación o hipermediaciones? Los aspectos comunicacionales.

Desde ciencias de la comunicación, se ha trabajado extensamente sobre el papel de los medios en tanto artefacto tecnológico que transmite una información a un receptor –mirada típica en los estudios de audiencias-. Tal como recuerda Carlos Scolari (2008), es Jesús Martín-Barbero a fines de los 80's quien introduce la noción de mediaciones que permitió dar cuenta de cómo esos artefactos tecnológicos no son neutros, sino más bien escenarios de conflicto social que, para su análisis, deben enmarcarse en una teoría de la praxis cultural. Este cambio teórico se reflejó en un cambio en la estrategia metodológica.

Para las propuestas de corte antropológico, la idea de mediación agrupa reflexiones sobre las prácticas de los usuarios mediadas por dispositivos tecnológicos –sea cuales fueren-, así como la incidencia en las prácticas del propio etnógrafo. Reflexiones ya presentes en la antropología visual, son retomadas en el análisis de Internet para destacar las transformaciones que produce la relación entre estos objetos –cámara fotográfica, grabador, teléfono o Internet- y los sujetos (Ardévol et al., 2008; Grillo, 2007).

Por su parte, siguiendo a Martín-Barbero, Scolari propone dar cuenta de procesos, que denomina de hipermediación, y que implican intercambio, producción y consumos. Son procesos que involucran multiplicidad de sujetos, medios y lenguajes, los cuales están conectados entre sí por distintos artefactos tecnológicos de modo reticular (Scolari, 2008, pp. 113–114). La comunicación cambia de un esquema "de uno a muchos", propio de la comunicación de masas, a otro de comunicación "de muchos a muchos". Este nuevo modelo requiere un concepto que más que hacer hincapié en el medio -objeto tecnológico- otorgue relevancia a los procesos, tales como las nuevas formas de construcción de identidades colectivas. La multiplicación de los medios, los sujetos involucrados y las relaciones que establecen genera una trama densa de intercambios e hibridaciones entre distintos contextos de producción y consumo. Las múltiples contaminaciones entre marcos de interpretación diversos (Estalella & Ardévol, 2010), 2010) obliga a pensar en un modelo ecológico de comunicación (Scolari, 2008).

Si centramos la atención en Internet, toma relevancia el modo en que se definen los esquemas de comunicación, el lugar otorgado a los dispositivos tecnológicos y a las relaciones de los sujetos con éstos –incluyendo al investigador–, así como a la forma en que se definen las relaciones sociales mediadas. Estos aspectos obligan a reflexionar sobre cómo es definido este ámbito de comunicación mediada y qué estrategias metodológicas serán necesarias para abordarlo.

2. 2. Internet ¿Ciber -espacio, -cultura o cultura del ciberespacio? ¿Cultura o artefacto cultural?

Joan Mayans (2002) en su análisis de las interacciones medidas por ordenador en el chat refiere a la noción de ciberespacio, más que a cibercultura. Lo define como un espacio social, interactivo, multipersonal, artificial y basado en flujos de información en formato digital (Alvarez Cadavid, 2009; Mayans i Planells, 2002, p. 243). Así definido, se equipararía a una instancia de interacción equiparable a otras de la vida social.

Aun así, en tanto ámbito en el que se definen identidades individuales y colectivas, se desarrollan prácticas significativas e interpretables en un marco de referencia específico, se instauran costumbres y normas propias, es posible definirlo como una cibercultura o cultura virtual. Se puede definir como un espacio de sociabilidad, ciberespacio, pero en tanto conforma un entramado de significados compartidos en un espacio y tiempo determinado podemos hablar de modelo cultural específico (Castells, 2002, pp. 405–406).

En esta misma línea, desde la visión etnográfica anglosajona, Christine Hine (2004) propone a Internet como contexto de producción de una cultura desplegada online: el ciberespacio; es donde se producen las interacciones y el análisis debe estar focalizado en el contexto y en los discursos que se producen allí. De este modo, algunos autores han propuesto una antropología de la cibercultura (Escobar, 2005) que privilegia por sobre todas las estrategias metodológicas un abordaje etnográfico.

Sin embargo, afirma Hine (2004), es ineludible atender a la dimensión *offline*, donde Internet debe ser abordada en tanto producto de nuestra cultura. Aquí el énfasis estaría dado en qué se hace y qué lugar ocupa en la vida cotidiana. Así en tanto artefacto cultural, producto de una cultura, es

... generada por personas concretas, con objetivos y prioridades contextualmente situados y definidos y, también, conformada por los modos en que ha sido comercializada, enseñada y utilizada (Hine, 2004, p. 19)

En los primeros estudios que involucraban Internet, la relevancia estaba dada, por un lado, en el debate sobre esta entidad como una nueva cultura; por otro, en los modos en que este artefacto cultural transformaba nuestras prácticas cotidianas. De este modo se abordaban las dimensiones

online y *offline* de modo excluyentes. Siguiendo a Hine (2004), es preciso afirmar que los estudios que involucren la sociabilidad en Internet deben asumir que ambas dimensiones están interrelacionadas y requieren una profunda reflexión metodológica sobre los espacios y los tiempos.

2. 3. ¿Realidad virtual o virtualidad real? ¿desterritorializada o multisituada?

Desde los primeros abordajes hasta hoy día referimos a realidad virtual. Pero tal como advierten Adolfo Estalella y Elisenda Ardèvol (2007), "virtual" parece subvaluar las relaciones mediadas frente a las cara-cara, que aparecerían como las reales o verdaderas. Una segunda limitación de esa noción es que parece circunscribir el trabajo de campo a lo que pasa en Internet, dejando por fuera otras relaciones mediadas –como mensajes por teléfono móvil- o limitándolas a los intercambios *online*, sin atender a los contextos físicos y locales en los que se encuentran los sujetos partícipes (Estalella & Ardèvol, 2007). Otra posibilidad, indican estos autores, sería utilizar al adjetivo "digital" con el que si bien persiste la subvaloración de comunicación mediada por sobre las de encuentros físicos, amplía el campo a otros soportes tecnológicos.

Manuel Castells (2002), por su parte, sentencia que "toda la realidad se percibe virtualmente." Sólo que actualmente el sistema de comunicación actual genera *virtualidad real*. Este sistema es

en el que la misma realidad (esto es, la existencia material/simbólica de la gente) es capturada por completo, sumergida de lleno en un escenario de imágenes virtuales, en el mundo de hacer creer, en el que las apariencias no están sólo en la pantalla a través de la cual se comunica la experiencia, sino que se convierten en la experiencia (Castells, 2002, p. 406)

Profundizando la reconfiguración temporal que implica pensar lo virtual, Pierre Lévy (1999) indicaba que virtual, en términos estrictamente filosóficos no se opone a realidad, sino a lo actual, ya que refiere a lo posible aun no materializado. Lo posible, en tanto potencial, presupone un cambio, una actualización en palabras del autor. Un acontecimiento virtual en su actualización reorganizará una problemática anterior, pero el modo y lo que resulte de esto no son claros *a priori*. A su vez, la virtualidad es constitutiva de ese acontecimiento. Así, virtualidad y actualidad, mantienen una relación dialéctica (Lévy, 1999). Álvarez Cadavid (2009) sintetizando el ejemplo del propio Lévy, lo aclara afirmando que una semilla es potencialmente un árbol, en ese estado la virtualidad del árbol es una realidad inherente de la semilla, pero sin ser actualidad.

El segundo aspecto que indica Lévy respecto a lo virtual es la idea de desterritorialización. Rescatado por los etnógrafos como deslocalización (Soriano, 2007), en términos de no estar en un lugar concreto, destaca la imposibilidad actual para definir un ámbito territorial en el que se desarrollan las interacciones entre el observador y los participantes. En este sentido ha sido necesario adaptar las herramientas clásicas a las nuevas tecnologías, como modo de acceder a las interpretaciones de los actores.

Referenciándose en Marcus (2001), que utiliza la idea de multilocal, Estalella y Ardèvol (2007) proponen la idea multisitucionalidad, la cual pone entre paréntesis la relación entre "campo" y "lugar" (Estalella & Ardèvol, 2007) pero habilita a mantener la atención simultáneamente en la instancias *online/offline*, tal como propone Hine (2004).

Estos cambios en la definición de espacio y del tiempo, así como las múltiples mediaciones, modularán aspectos metodológicos que, conservando algunos de sus principios tradicionales, requieren detenerse en ellos.

3. ASPECTOS METODOLÓGICOS EN INTERNET

3. 1. El abordaje etnográfico define un campo específico

A diferencia de las corrientes sociológicas, que tendieron a modificar los instrumentos tradicionales de acuerdo a las posibilidades de la web, la delimitación de la comunicación mediada como cultura y artefacto cultural habilitó en la antropología la definición de un campo específico de atención etnográfica. Se pueden mencionar tres orígenes convergentes: la etnografía de la comunicación (definida por Dell Hymes en 1964), la etnografía visual (con base en el cine documental) y los estudios comunicacionales sobre audiencias. La primera, definida como la investigación sobre el uso del lenguaje en contextos situacionales (Soriano, 2007), se entrelaza con los intereses de los terceros. La tradición de análisis de los actos comunicativos, centró la mirada primero en los medios de comunicación y en sus audiencias. Con los estudios sobre la televisión, se llevó la investigación al contexto familiar y el uso de los medios, uso de la lengua en situación. El análisis de las escenas cotidianas de interacción, como un aspecto central, lleva a incluir la mirada de la comunicación mediada. Con el avance tecnológico y la creación de artefactos *multisoporte* (texto, audio, imagen y video) se produce la convergencia con los interrogantes de la etnografía visual sobre la representación, mediación, recorte y la relación entre el objeto tecnológico (cámara/grabadora) y los actores (Estalella & Ardèvol, 2007). Con las potencialidades de Internet como herramienta aplicada a la producción de datos, se convierte también en una tecnología más a ser incorporada por los académicos (Estalella & Ardèvol, 2010).

3. 2. Internet como instrumento: accesibilidad, espacio, tiempo y modalidad

Cuatro aspectos claves de las nuevas tecnologías como herramientas para la producción de datos:

a. Accesibilidad: a distintos individuos o grupos invisibles que se congregan en comunidades virtuales. Este aspecto tiene como contracara al grupo de sujetos que no acceden a una terminal conectada a Internet.

- b. Espacialidades:** además de los aspectos espaciales trabajados más arriba, se puede mencionar la posibilidad de contactar a casos dispersos geográficamente. La ficción del anonimato total posibilita, a diferencia de las comunicaciones mediadas por teléfono o correo postal, el contacto con colectivos o individuos cuyos intercambios se volverían imposibles de otro modo⁴.
- c. Temporalidades:** sea para entrevistas individuales o grupales, en mayor o menor medida estructuradas, la utilización de tecnologías de comunicación representa un ahorro temporal significativo. A la vez que la posibilidad de volcar información de forma sincrónica o asincrónica, o la amplia capacidad de almacenamiento de información y la posibilidad de acceso a la misma en el futuro, es una amalgama de múltiples temporalidades.
- d. Multimodalidad:** la conjunción de soportes de intercambio (texto, imagen, audio, video) requiere de un análisis multimodal. No solo por las posibilidades concretas de estos usos, sino por las nuevas modalidades en que se han puesto en juego estos recursos. Toman relevancia así los modos de sustitución del lenguaje no verbal, que enmarca la comunicación cara-cara (Noblia, 2009).

3. 3. Algunos protagonistas para no olvidar

Si emprendemos el análisis de sociabilidades desarrolladas en Internet hay, al menos, dos actores “nuevos” a tener en cuenta: los diseñadores del *software* y los moderadores.

En primer lugar, de la relación social mediada entre diseñadores del *software* y los usuarios depende la pervivencia de los programas (Hine, 2004). La preconcepción de estos medios tecnológicos implica un proceso de creación que incluye modelos programados de evaluación para la mejora continua de acuerdo con el uso que los internautas realizan del mismo (Losada, 2007). Hay un diseño a priori, donde los caminos posibles por la interfaz -lo que ve el usuario- están prediseñados por un programador. Los modelos de evaluación captan usos no esperados o no previstos que, en algunos casos son leídos como “errores” del diseño, o usos no previstos. Ambos casos son la base para la adecuación: corrección de los errores mediante el bloqueo de los usos no deseados por el programador o bien la potenciación de los nuevos usos incorporándolos a la plataforma. En este sentido, el registro en tiempo real de qué hace el internauta cuando “navega” y en el uso de la interfaz tendrá consecuencias en el diseño (Scolari, 2004).

En este sentido, a la hora del análisis multimodal, es preciso tener en cuenta esta dimensión de prediseño y las adaptaciones constantes del *software*, ya que de otro modo se pueden sobredimensionar algunas prácticas, que en todo caso son moduladas por estos diseños y

⁴ Ver por ejemplo, el trabajo de Ruiz Torres sobre pedófilos, en Ardèvol, E.; Estalella, A. y Domínguez, D. (Ardèvol et al., 2008)

producto de la relación usuario/programador, no siempre tan explícita, pero permanente en la medida que se hace uso del programa.

El segundo actor a tener en cuenta, particularmente en los ámbitos de interacción como los IRC - *Internet Relay Chat*-, foros, etc. son los moderadores (Laborda Gil, 2004; Noblia, 2000). Estos pueden ser usuarios que controlan la plataforma o un *software*. En ambos casos se ponen en juego normativas que modulan las interacciones, quebrando ese ficticio halo de "libertad" con el que se ha intentado asociar a Internet. Los criterios de los moderadores pueden ser más o menos explícitos: en algunos casos responde a que son los responsables legales frente a cualquier evento ilícito "facilitado" por la comunicación en estas plataformas (Sánchez Antelo, 2012); en otros casos las normas son notificadas por escrito al realizar el registro; mientras que en ocasiones esos objetivos son implícitos y solo se vuelven visibles al violar las normas⁵. La moderación mediante un *software* funciona ante palabras clave, prefijadas, en las que se activa la intervención del moderador-máquina mediante advertencias o bloqueando a los infractores.

3. 4. Plataformas *multi* -propósito, -canal y -función

Debemos contemplar en nuestros análisis la potencialidad de los propios usuarios como creadores y diseñadores tanto de espacios como de contenidos, otorgando diversidad a Internet y sus intercambios. En este caso, las modificaciones que se pueden introducir con el correr del tiempo en estas instancias están motorizadas por la reflexión acerca del *feedback* que reciben de los demás internautas, de las innovaciones que generan otros usuarios (Hine, 2004), y de un proceso de aprendizaje que se transita en la navegación misma por Internet.

Sin embargo, la asimetría de conocimientos de programación, limita los usos a *software* multicanal y multipropósito. Tamaña diversidad queda reservada a las variaciones estéticas ya que es sometida a una profunda homogeneización y estandarización de las interacciones, fruto de las limitaciones del diseño del programa.

Así, adquieren importancia las plataformas diseños multipropósito, como los blogs o diarios virtuales, chats o foros específicos, con una carta de funciones moduladas entre las que el usuario puede decidir qué módulo incluir en su diseño. Son plataformas en las que se habilitan las adaptaciones estéticas (especialmente para delimitar su identidad como usuario), la dinámica de funcionamiento es elemental, de modo que pueda ser utilizada para la interacción con diversos fines. Con *Facebook* y el universo *Google*, los diseños multicanal -una plataforma que incluye correo electrónico, chat, almacenamiento intercambio de documentos, diseños blog, etc.- son los que van hegemonizando y homogeneizando los usos.

⁵ Un ejemplo claro es el citado por Noblia (2000) en el análisis del uso del inglés, y la exclusión de otros idiomas, en los canales de chat.

3. 5. Las herramientas de siempre pero en la Web

Para cerrar, propongo un cuadro que sintetiza diversos aspectos metodológicos que son interrogados a partir del uso de las herramientas tradicionales en la web. Algunos aspectos han sido desarrollados más arriba. Otros merecerían una profundización más extensa.

Organicé la información en tres aspectos metodológicos relacionados con: el trabajo de campo, los instrumentos de recolección de datos y la muestra. En el primer caso, indico sucintamente cómo el trabajo con/sobre la comunicación mediada modula lo relativo a la localización del trabajo de campo, la relación entre el investigador y su "objeto de estudio", el tiempo que supondrá el relevamiento, pero también la reflexión sobre las múltiples temporalidades que se ponen en juego. Por último, por las características multimodales del medio es necesario reflexionar sobre los modos de registro.

En el segundo aspecto, los instrumento de relevamiento, detallo algunas posibilidades-limitaciones que se presentan en su aplicación *online* respecto a los preceptos metodológicos tradicionales. Los antecedentes inmediatos, todavía vigentes, de las herramientas usadas directamente *online* son el uso de ordenador para encuestas telefónicas (CATI - *Computer Assisted Telephone Interviewing*), *software* para la gestión del trabajo de campo o para relevamientos cara-cara mediante netbook o PDAs (*Personal Digital Assistant*) como las utilizadas en el último censo uruguayo. En el cuadro me centré en los usos en Internet.

Por último, los aspectos relativos a la muestra incluyen los interrogantes sobre definición de la unidad de análisis, con el amplio abanico de elementos a tener en cuenta, y elementos que presenta el muestreo probabilístico *online*.

ASPECTOS METODOLÓGICOS	CARACTERÍSTICAS ESPECÍFICAS
Localización	<p>Multilocal (Marcus, 2001)/Multisituado(Estalella & Ardèvol, 2007): <i>offline/online</i>; a la vez que en múltiples entornos: mail, redes sociales, blogs, etc.</p> <hr/> <p>Desterritorializado(Soriano, 2007)/Deslocalizado (Hine, 2004; Lévy, 1999): desvinculación del concepto de "campo" como "territorio"(Estalella & Ardèvol, 2007).</p>
Relación Investigador-Objeto	<p>Es central la interacción entre el investigador y los informantes pero también las interacciones entre aquel y la tecnología (Soriano, 2007)</p> <hr/> <p>Posibilidad de acceso a colectivos invisibles, como pueden ser grupos pro-anorexia (Fox & Ward, 2005) o consumidores de drogas (Sánchez Antelo, 2012); o donde la dimensión colectiva solo es manifestada en las interacciones virtuales y no en los entornos físicos, como puede pasar entre participantes de juegos en red.</p> <hr/> <p>Mayor relevancia al rol productor de los interlocutores del investigador, en términos de coproducción del conocimiento (Hine, 2007; Piscitelli et al., 2010).</p>
Trabajo de campo	<p>Toman relevancia actores omnipresentes: El diseñador de la plataforma usada/investigada, que ha desarrollado un circuito predefinido por el que es dable navegar y que modulará las interacciones. En determinados entornos como foros o blogs, la presencia de un moderador (encarnado en una persona o programado como <i>software</i>) que delimita los contenidos (bloqueo) y define los participantes (<i>baneo</i>).</p> <hr/> <p>Compresión: dependiendo de la estrategia metodológica, se puede evidenciar una compresión de la temporalidad requerida para el trabajo de campo.</p> <hr/> <p>En las estrategias etnográficas no es posible la continuidad temporal (Alvarez Cadavid, 2009)</p>
Tiempo	<p>Superposición de temporalidades, procesos en tiempo real, a la vez que contenidos asincrónicos almacenados en la red. (Alvarez Cadavid, 2009)</p> <hr/> <p>Velocidad de conexión: puede convertirse en relevante para administrar los tiempos. Además tiene efectos sobre los sentidos puestos en juego en los intercambios, particularmente cuando éstos son asincrónicos, ya que tiene incidencia en la interpretación que se haga de los tiempos de respuesta y/o de los silencios.</p> <hr/> <p>Simultaneidad: durante los intercambios, por ejemplo en un chat (<i>Internet Relay Chat</i>) los participantes ponen en juego simultáneamente intercambios (conversaciones en paralelo con una o distintas personas)</p>
Registro	<p>Reinado del "<i>Copy-paste</i>" y capturas de pantalla.</p> <hr/> <p>Registros multisoporte: texto, imagen, audio y video.</p> <hr/> <p>En ocasiones requiere de <i>software</i> específico de apoyo (por ejemplo para bajar videos incrustados)</p>

Instrumentos	Observación	Facilita la observación sin que los demás internautas estén al tanto de que son observados -definido en la jerga de Internet como <i>lurker</i> (Alvarez Cadavid, 2009)- Aunque presenta grandes desafíos éticos (Estalella & Ardèvol, 2007).	
		Si durante la observación se participa activamente de las interacciones con los demás internautas, las estrategias de "entrada" al campo adquieren otras características, donde la elección de una identidad virtual -m mediante un <i>nickname</i> - adquiere mayor significado ya que es la principal carta de presentación en estos espacios (Hine, 2004)	
	Entrevista y Grupo de discusión	Con las características de la herramienta tradicional, la principal ventaja es facilitar el contacto con personas de distintos entornos geográficos.	
		En el caso de requerirse, no es posible la observación del entorno cotidiano del entrevistado (institución u hogar, por ejemplo).	
		Si se realiza por chat: la velocidad de escritura o de la conexión de los participantes influye en cómo se desenvuelve la entrevista.	
		Hay una pérdida de espontaneidad y lenguaje no verbal propio de la oralidad cara a cara.	Requiere de <i>software</i> estable, de una cierta familiaridad por parte de los usuarios y compatible con distintos sistemas operativos. Algunos diseños requieren la desactivación de los <i>pop-ups</i> o <i>plug-ins</i> específicos (Llauradó, 2006)
Encuesta		Si es mediante chat, no es necesaria la transcripción. Sin embargo, puede generar problemas de coordinación preguntas-respuestas, turnos de intervención en la conversación, etc.	
		Es rápido y de bajo costo (en logística, entrenamiento de encuestadores).	
		El diseño permite mejores controles de calidad (correcta aplicación de los saltos de preguntas).	
Muestra	Unidad de análisis	Requiere un diseño amigable y comprensible como las encuestas autoadministradas.	
		Posibilidad de introducir elementos multimedia aunque genera mayor tasa de abandono (Llauradó, 2006).	
		Anula los errores en la carga de datos.	
		Cuando se analizan específicamente las interacciones virtuales, se presentan algunas dificultades para la definición de cuál es la unidad de análisis o delimitación de los corpus de análisis:	
		<ul style="list-style-type: none"> - ¿El usuario: como saber que no hay más de uno en una misma IP? - ¿El muro de <i>facebook</i> de un usuario o la red de contactos? - ¿El <i>tuit</i> de un usuario y sus respuestas? ¿los <i>retuit</i> de sus seguidores? - ¿El blogs con sus contenidos? ¿Incluidos los comentarios que recibe? - ¿Hiperenlaces: nodos y redes? ¿Límites? ¿análisis de la "nube" "esfera web"? 	
		¿De qué modo se relacionan las unidades definidas <i>online</i> con otras <i>offline</i> ?	
Muestreo para Encuestas	Requiere de bases de datos de contactos fiables.		
	Facilita el acceso a grupos invisibilizados.		
	Dificultad para controlar los sesgos en la selección.		
	Muchas dificultades para controlar quién efectivamente contesta.		
	Requiere de conocimientos de programación para garantizar la protección de datos (evitar el <i>hakeo</i>).		

Bibliografía

- Alvarez Cadavid, G. M. (2009). Etnografía virtual: exploración de una opción metodológica para la investigación en entornos virtuales de aprendizaje. *Revista Q*, 3(6), 1–31.
- Ardèvol, E., Bertrán, M., Callén, B., & Pérez, C. (2003). Etnografía virtualizada: la observación participante y la entrevista semiestructurada en línea. *Athenea Digital-Revista ...*, 3, 72–92. Disponible en <http://psicologiasocial.uab.es/athenea/index.php/atheneaDigital/article/viewArticle/67> [última entrada 13/08/12]
- Ardèvol, E., Estalella, A., & Domínguez, D. (2008). *La mediación tecnológica en la práctica etnográfica*. (A. antropologia Elkartea, Ed.) *Universitat Oberta de Catalunya, Barcelona* (ANKULEGI a., p. 195). Gipuzkoa.
- Avila Meléndez, L. A., Madrid, A. M., & Echeverría-González, M. del R. (2009). Construcción de comunidades virtuales para la investigación. *Revista de Universidad y Sociedad del Conocimiento*, 6(1), 1–12. Disponible en <http://openaccess.uoc.edu/webapps/o2/handle/10609/3227> [última entrada 13/08/12]
- Castells, M. (2001). ¿Comunidades virtuales o sociedad red?, 1–20.
- Castells, M. (2002). *La era de la Información: Economía, sociedad y cultura. Vol. I La sociedad red*. (Siglo XXI Editores, Ed.) (4. ed., p. 600). D.F.: Blackwell.
- Escobar, A. (2005). Bienvenidos a Cyberia. Notas para una antropología de la Cibercultura. *Revista de Estudios Sociales*, 22, 15–35.
- Estalella, A., & Ardèvol, E. (2010). Internet: instrumento de investigación y campo de estudio para la antropología visual. *Revista Chilena de Antropología Visual*, 15, 1–21.
- Estalella, A., & Ardèvol, E. (2007). Ética de campo: hacia una ética situada para la investigación etnográfica de internet. *Forum Qualitative Social Research*, 8(3), 25.
- Finquelievich, S., & Prince, A. (2007). *El (involuntario) rol social de los cibercafés*. Buenos Aires (p. 102). Disponible en http://www.links.org.ar/infoteca/rol_social_cyber.pdf [última entrada 13/08/12]
- Fox, N. J., & Ward, K. J. (2005). Pro-anorexia, weight-loss drugs and the internet: an “anti-recovery” explanatory model of anorexia. *Sociology of health & illness*, 27(7), 944–971. doi:10.1111/j.1467-9566.2005.00465.x
- Gálvez Mozo, A. M. (2004). *Posicionamientos y puestas en pantalla. Un análisis de la producción de sociabilidad en los entornos virtuales*. Universitat Autònoma de Barcelona.
- Grillo, O. (2007). Internet como un mundo aparte e internet como parte del mundo. In M. Cárdenas & M. Mora (Eds.), *Ciberoamérica en red. Escotomas y fosfenos 2.0* (pp. 27–44). UOC.
- Hine, C. (2004). Introducción. In E. UOC (Ed.), *Etnografía virtual*.
- Hine, C. (2007). Connective Ethnography for the Exploration of e- Science. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12(2), 1–16.
- Jiménez Rodríguez, J., & Fernández de Haro, E. (2004). Metodología de recogida de datos sobre el uso de internet. *Revista de Investigación*, 22(2), 341–352.
- Laborda Gil, X. (2004). Foros virtuales, ética lingüística y aspectos legales. *RED. Revista de Educación a Distancia*, 12, 1–28. Disponible en <http://www.um.es/ead/red/12/laborda.pdf> [última entrada 13/08/12]
- Lévy, P. (1999). *¿Qué es lo virtual?* (p. 126). Buenos Aires: Paidós.
- Llauradó, O. (2006). El trabajo de campo online: qué hemos aprendido en los últimos 10 años. *Revista Investigación y marketing*, 91, 25–32.
- Losada, B. (2007). Guía de actuación en el desarrollo de interfaces de usuario según la metodología centrada en el usuario INTERGRAM. *VIII Congreso Internacional de Interacción ...*. Disponible en [http://www.aipo.es/articulos/1/12445\(v3\).pdf](http://www.aipo.es/articulos/1/12445(v3).pdf) [última entrada 13/08/12]
- Mann, C., & Stewart, F. (2000). *Internet communication and qualitative research: A handbook for researching online* (1st ed.). London: SAGE Publications Ltd.

- Marcus, G. E. (2001). Etnografía en / del sistema mundo. El surgimiento de la etnografía multilocal. *Review Literature And Arts Of The Americas*, 11(22), 111–127.
- Matías, M. (2011). Internet, sexo y adolescentes: una nueva realidad. Encuesta a jóvenes universitarios españoles. *Revista Pediatría de Atención Primaria*, XIII(50), 225–232.
- Mayans i Planells, J. (2002). Nuevas tecnologías, viejas etnografías (objeto y método de la etnografía del ciberespacio). *Revista Quaderns de l'Institut Català d'Antropologia*, 17-18, 79–97.
- MDG. (2012). A Case Study in Social Media Demographics. Disponible en <http://www.mdgadvertising.com/blog/social-demographics-whos-using-todays-biggest-networks-infographic/> [última entrada 13/08/12]
- Melamud, A., Nasanovsky, J., Otero, D. P., Canosa, D. D., Enríquez, D., Köhler, C., Goldfarb, G., et al. (2009). Usos de Internet en hogares con niños de entre 4 y 18 años . Control de los padres sobre este uso . Resultados de una encuesta nacional, *107(1)*, 30–36.
- Mendes Diz, A. M., Schwarz, P. K. N., Sánchez Antelo, V., Itoiz, J., Trupa, N., Marchetto, J. P., & Montero, E. (2012). Exposición al riesgo vinculado a la sexualidad y las relaciones de género en el ámbito de las interacciones virtuales en jóvenes de sectores medios. *Salud, Sociedad y Derechos: investigaciones y debates interdisciplinarios*. Buenos Aires: Teseo.
- Morduchowitz, R., Marcon, A., Silvestre, V., & Ballestrini, F. (2010). *Los adolescentes y las Redes Sociales. Escuelas y Medios* (p. 11). Disponible en <http://www.me.gov.ar/escuelaymedios/> [última entrada 13/08/12]
- Noblia, M. V. (2000). Conversación y comunidad: Las chats en la comunidad virtual. *Revista Iberoamericana de discurso y Sociedad*, 2(5), 1–21.
- Noblia, M. V. (2009). Modalidad, evaluación e identidad en el chat. *Discurso & Sociedad*, 3(4), 738–768.
- O'Connor, H., & Madge, C. (2003). "Focus groups in cyberspace": using the Internet for qualitative research. *Qualitative Market Research: An International Journal*, 6(2), 133–143. doi:10.1108/13522750310470190
- Pini, M., Musanti, S., Kaufman, G., & Amaré, M. (2012). *Consumos culturales digitales: jóvenes argentinos de 13 a 18 años* (p. 100). Buenos Aires: Ministerio de Educación de la Nación.
- Piscitelli, A. (2005). Epistemología de las marcas en la era de la incertidumbre . La generación arropa . *educ.ar El portal educativo del Estado argentino*, 6–11.
- Piscitelli, A., Adaime, I., & Binder, I. (2010). *El proyecto FACEBOOK y la posuniversidad. Sistemas operativos sociales y entornos abiertos de aprendizaje*. (Editorial Ariel S.A. & E. Planeta, Eds.) (1st ed., p. 261). Fundación Telefónica.
- Sánchez Antelo, V. I. M. (2012). Desafiando los límites: noción de «estilo de vida» en consumidores de drogas y promotores de la bulimia y la anorexia en entornos virtuales. *Atena*, en prensa.
- Schwarz, P. K. N., Mendes Diz, A. M., Trupa, N., Itoiz, J., & Sánchez Antelo, V. (2011). Prácticas y sentidos de la sexualidad y de las relaciones de género en el ámbito de las interacciones virtuales de jóvenes de sectores medios de la Ciudad de Buenos Aires. *IX Jornadas Nacionales de Debate Interdisciplinario en Salud y Población*.
- Scolari, C. (2004). *Hacer clic: Hacia una sociosemiótica de las interacciones digitales* (1st ed., p. 256). Gedisa Editorial.
- Scolari, C. (2008). *Hipermediaciones: elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva* (p. 320). Gedisa.
- Soriano, J. (2007). Las nuevas reglas de la etnografía de la comunicación. *Portal de la Comunicación InCom-UAB.* Disponible en http://www.portalcomunicacio.com/uploads/pdf/30_esp.pdf [última entrada 13/08/12]
- Urresti, M. (2008a). *Ciberculturas Juveniles: Los Jóvenes, Sus Prácticas y Sus Representaciones en la ERA de Internet* (p. 334). La Crujía.
- Urresti, M. (2008b). Paradojas , dudas e insinuaciones. Un debate sobre las nuevas tecnologías de la información y la comunicación. *Argumentos*, 9, 1–9.

- Valentine, G., & Holloway, S. L. (2002). Cyberkids? Exploring Children's Identities and Social Networks in On-line and Off-line Worlds. *Annals of the Association of American Geographers*, 92(2), 302–319. doi:10.1111/1467-8306.00292
- Ward, K. J. (1999). The Cyber-Ethnographic (Re) Construction of Two Feminist Online Communities ' The hybridisation of the Physical and Virtual. *Sociological Research Online*, 4(1), 1–19.
- Wouters, P. (2004). The Virtual Knowledge Studio for the Humanities and Social Sciences.
- Wouters, P., & Beaulieu, A. (2007). Critical Accountability: Dilemmas for Interventionist Studies of e-Science. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12(2), 583–599. doi:10.1111/j.1083-6101.2007.00339.x