

EL CARÁCTER COMUNICACIONAL DE LA ETNOGRAFÍA
PARA CONOCER EL COMPORTAMIENTO
DE LAS COMUNIDADES



SERGIO TEJERO

Universidad Central de Venezuela

Profesor Agregado de la Escuela de Bibliotecología y Archivología de la Facultad de Humanidades y Educación de la Universidad Central de Venezuela. Profesor de las asignaturas Introducción a las Tecnologías de Información y Comunicación, Aplicaciones de las Tecnologías de Información y Comunicación en Unidades y Servicios de Información y los talleres E-Learning y Entornos de Información y Comunicación en Unidades de Información. Su línea de investigación se ubica en los Entornos Virtuales de Enseñanza y Aprendizaje, la cual constituye a su vez en su Trabajo de Tesis Doctoral en Educación. Ingeniero Electricista, Especialista en Automatización, graduado en la Universidad de La Habana, Cuba. Ha participado en treinta y dos eventos científicos de carácter nacional e internacional presentando un total de diecinueve ponencias. Ha publicado veinticinco artículos en revistas nacionales e internacionales, cinco libros de texto de apoyo a la docencia, cuatro Documentos Web, seis materiales de apoyo a la docencia y un curso para la educación a distancia bajo la plataforma Moodle.

Correo electrónico:
steijero@cantv.net /
steijero@gmail.com.

Teléfono celular: +58 0416 6335561.

RESUMEN

En el presente artículo se exponen las características de los diferentes tipos de comunidades y su relación con el método etnográfico, siendo posible conocer el estilo de vida de los sujetos que desarrollan diversas actividades agrupados en dichas comunidades. Se aborda la etnografía educativa no como una disciplina independiente ni un área de investigación bien definida, sino como un enfoque de los problemas y los procesos que ocurren en la educación. Se describe al investigador etnógrafo como un miembro de una cultura diferente y portador de valores que le hacen percibir la realidad de otra manera, dotado por sus códigos y prácticas habituales. Se presenta el proceso metodológico en la etnografía desde el punto de vista de Yuni y Urbano (2005) y Martínez Miguélez (2009). Finalmente se aborda el tema de la etnografía virtual como un nuevo enfoque de investigación para explorar las interacciones sociales que tienen lugar en Internet, utilizando diversas herramientas como los grupos de noticias, chats y los foros de discusión.

Palabras claves: INTERNET, COMUNIDADES DE APRENDIZAJE, ETNOGRAFÍA, ETNOGRAFÍA EDUCATIVA, ETNOGRAFÍA VIRTUAL

SUMMARY

In the present article the characteristics of the different types from communities and their relation with the ethnographic method are exposed, being possible to know the style life the subjects that develop diverse grouped activities in these communities. The educative ethnography not like an independent neither an area of investigation or defined discipline, but like an approach of the problems and the processes is approached that happen in the education. It is presents to the investigating ethnographer like a member of a culture different and carrying of values that make him perceive the reality of another way, equipped by their habitual codes and practices. One describes to the methodologic process in the ethnography from the point of view of Yuni and Urbano (2005) and Martínez Miguélez (2009). Finally new approach of investigation is approached the subject of the virtual ethnography like or n to explore the social interactions that take place in Internet, using diverse tools like the groups of the news, chats and the forums of discussion.

Key words: INTERNET, COMMUNITIES OF LEARNING, ETHNOGRAPHY, EDUCATIVE ETHNOGRAPHY, VIRTUAL ETHNOGRAPHY.

SOMMAIRE

Dans l'article actuel les caractéristiques des types différents des communautés et de leur relation avec la méthode ethnographique sont exposées, étant possibles pour savoir la vie de modèle les sujets qui développent des activités groupées diverses dans les communautés. On approche l'ethnography éducatif pas comme un indépendant ni un domaine de recherche ou discipline définie, mais comme une approche des problèmes et des processus qui se produisent dans l'éducation. C'est des présenux à l'ethnographer d'investigation comme un membre d'une culture différente et de porter des valeurs qui l'incitent à percevoir la réalité d'une autre manière, équipée par leurs codes et pratiques habituels. On décrit au processus methodologic dans l'ethnography du point de vue du nez Miguélez (2009) de Yuni et d'Urbano (2005). L'approche enfin nouvelle de la recherche est approchée le sujet de l'ethnography virtuel comme ou n pour explorer les interactions social qui ont lieu dans l'Internet, en utilisant les outils divers comme les groupes des nouvelles, les causeries et les forum de la discussion.

Mots clés: INTERNET, LES COMMUNAUTÉS DE L'ÉTUDE, ETHNOGRAPHY, ETHNOGRAPHY ÉDUCATIF, ETHNOGRAPHY VIRTUEL.

SUMÁRIO

No artigo atual as características dos tipos diferentes das comunidades e de sua relação com o método ethnographic são expostas, sendo possíveis para saber a vida do estilo os assuntos que desenvolvem atividades agrupadas diversas nas comunidades. O ethnography educative não como um independent nem uma área de investigação ou disciplina definida, mas como uma aproximação dos problemas e dos processos é aproximado que acontecem na instrução. É presentes ao ethnographer investigando como um membro de uma cultura diferente e de carregar dos valores que o fazem perceber a realidade de uma outra maneira, equipada por seus códigos e práticas habitual. Um descreve ao processo methodologic no ethnography do ponto da vista do Yuni e de Urbano (2005) e do Martínez Miguélez (2009). A aproximação f inally nova da investigação é aproximada o assunto do ethnography virtual como ou n para explorar as interações sociais que ocorrem no Internet, usando ferramentas diversas como os grupos da notícia, bate-papos e os forums da discussão.

Palavras chaves: INTERNET, COMUNIDADES DA APRENDIZAGEM, ETHNOGRAPHY, ETHNOGRAPHY EDUCATIVE, ETHNOGRAPHY VIRTUAL.

Introducción

“La etnografía es el estudio directo de personas o grupos durante ciertos períodos para conocer su comportamiento social para lo que resulta imprescindible el trabajo de campo. La investigación etnográfica pretende revelar los significados que sustentan las acciones e interacciones que constituyen la realidad social del grupo estudiado, mediante la participación directa del investigador quien observa lo que ocurre y pide explicaciones e interpretaciones sobre decisiones, acciones y comportamientos de los sujetos que viven en comunidad”.

Anthony Giddens

Se presentan las comunidades virtuales como agrupaciones de personas que viven en un espacio delimitado, pueden comunicarse, interaccionan socialmente, están unidas, comparten los mismos intereses, expectativas, creencias y valores, así como tienen sentido de pertenencia y de armonía. Cuando estas comunidades utilizan medios telemáticos para comunicarse aparecen las comunidades virtuales.

Un tipo particular de comunidad es la comunidad de aprendizaje, la cual está concebida como una agrupación de personas que se organizan para construir e involucrarse en un determinado proyecto educativo, donde se aprende a través del trabajo colaborativo y social. Se abordan además las comunidades virtuales de aprendizaje, constituidas por un grupo de personas que utilizan estos canales de comunicación telemáticos, para proporcionar espacios compartidos para intercambiar información de manera eficaz, facilitando la realización de actividades formativas y colaborativas entre alumnos y entre alumnos y profesores separados geográficamente.

Se presenta la etnografía unida a los diferentes conceptos de comunidad como un método que permite describir el estilo de vida de un grupo de personas que generalmente están habituadas a vivir juntas. De igual forma se analiza la etnografía

educativa cuyo objeto de estudio es aportar datos descriptivos valiosos de los contextos, actividades y creencias de los participantes en los escenarios educativos.

El proceso metodológico en la etnografía es visto desde la óptica de Yuni y Urbano (2005) contemplando tres fases fundamentales: la fase preparatoria o de diseño, la fase de trabajo de campo y la fase informativa y de Martínez Miguélez (2009) quien distingue diferentes etapas del proceso como son: la determinación del nivel de participación, la recolección de información, el nivel de objetividad, la confiabilidad y la validez, el análisis de los datos y la generalización de los resultados.

Se describe un nuevo enfoque de investigación para explorar las interacciones sociales que tienen lugar en Internet conocido como etnografía virtual, quien utiliza diversas herramientas como los grupos de noticias, chats y los foros de discusión. Se presenta la noción de virtualidad de la etnografía en base a los mismos principios que utilizan los etnógrafos para introducirse en el campo por largos períodos de tiempo, interactuando con los habitantes de una comunidad y aprendiendo su modo de vida, para apreciar en profundidad el comportamiento y la cultura de dicha sociedad.

Dentro del enfoque etnográfico virtual se analiza el papel de Internet valorando sus consecuencias sobre la relación del individuo con la tecnología y sobre las relaciones sociales que se construyen utilizando la Red, haciendo énfasis en el sentido enriquecedor del significado que va adquiriendo la tecnología en la cultura de cada una de las comunidades virtuales, valorando la perspectiva etnográfica de Internet no como una descripción de sentido común de cómo son las cosas, sino como una descripción cargada de teoría para describir lo que sucede con una mirada que va más allá de la observación que hace el investigador etnógrafo.

Se analiza el papel que han jugado los grupos de noticias en las comunidades virtuales valorando diferentes aspectos que permiten crear un campo de acción natural

para estudiar el comportamiento de las personas en línea. Se trata la identidad afirmando que en el mundo virtual también existe, ya que cuando la gente se comunica a través de la virtualidad se acostumbra a determinados matices que identifican al usuario como parte de la cultura de una comunidad virtual en específico. También se pueden encontrar numerosas variedades de engaño sobre identidad dentro de un grupo de noticias siendo algunos bastantes dañinos, mientras otros son inofensivos y benefician al que los lleva a cabo sin perjuicio del grupo.

Se aborda el tema de las perspectivas metodológicas dentro de las comunidades virtuales, haciendo énfasis en el especial interés de la etnografía virtual por estudiar lo que la gente hace con la tecnología y que una vez que se interpreta el ciberespacio como un lugar en el que se actúa, se puede comenzar a estudiar exactamente qué se hace, porqué y en qué términos. Cuando se trabaja en la virtualidad hay que comenzar por preguntarse cómo se vive, si es necesario permanecer conectado a Internet las 24 horas del día o más bien, durante intervalos periódicos y si pueden analizarse archivos de grupos de noticias sin participar y llamar a esto una etnografía.

Finalmente se analiza cómo el investigador etnógrafo al involucrarse activamente en un grupo de noticias debe enfrentar una serie de desafíos, al tener que ser cuidadoso al presentar a sus informantes revelando el objetivo real del estudio que está realizando y no tratarlos de manera encubierta, así como respetar la autoría al trabajar con los mensajes enviados a un grupo de noticias.

1. Comunidades y etnografía

Las **comunidades** son agrupaciones de personas cuyos rasgos y principales características se enmarcan en: vivir en un espacio delimitado, comunicarse, interaccionar socialmente, estar unidos, compartir los mismos intereses, expectativas, creencias y valores, así como tener sentido de pertenencia y mantener la armonía. “Las

comunidades son redes de relaciones personales que proporcionan sociabilidad, apoyo, información y un sentido de pertenencia e identidad social” (Marqués, 2009: 16).

Los intereses de los miembros de una comunidad van más allá del espacio físico que pudieran compartir. Al ser el hogar y el trabajo las dos vías más utilizadas para la interacción social, millones de personas en el mundo necesariamente giran la vista hacia Internet, apareciendo una tercera vía para las relaciones sociales: las **comunidades virtuales** (CV). Las personas buscan las CV para satisfacer necesidades, cubrir expectativas, hacerse oír, leer o ver, aportar o enseñar a otros, aprender de y con los demás, así como sentirse parte de un grupo humano del que pueden recibir y al que pueden ofrecer (García Areito, 2006).

Para Teijero (2010) existe un tipo particular de comunidad relacionada con la satisfacción de las necesidades educativas de la sociedad que se conoce con el nombre de **comunidad de aprendizaje** (CA). Las CA constituyen una respuesta a ese concepto más amplio de la educación, en la medida que buscan transformar las prácticas pedagógicas y la organización habitual de las instituciones educativas formales, al mismo tiempo que movilizar los recursos ajenos a éstas poniéndolos al servicio de la educación y de la formación de las personas.

Una CA puede definirse como una agrupación de personas que se organizan para construir e involucrarse en un determinado proyecto educativo, donde se aprende a través del trabajo colaborativo y social, con un modelo de formación más abierto, participativo y flexible que los modelos más tradicionales, “(...) es aquel grupo de personas que aprende conjuntamente, utilizando herramientas comunes en un mismo entorno” (Gairín, 2006: 44).

Cuando las CA utilizan canales de comunicación telemáticos o lo que es lo mismo, redes sociales cuyo objetivo principal está relacionado con el aprendizaje

aparecen las **comunidades virtuales de aprendizaje** (CVA). Estos canales de comunicación telemáticos proporcionan espacios compartidos para intercambiar información de manera eficaz, facilitando la realización de actividades formativas y colaborativas entre alumnos y profesores separados geográficamente (Teijero, 2010).

A los diferentes conceptos de comunidad se une otro que se constituye en un método que permite describir el estilo de vida de un grupo de personas que generalmente están habituadas a vivir juntas conocido como **método etnográfico**. Para analizar estos grupos de personas el investigador etnógrafo utiliza como unidad de análisis una nación, un grupo lingüístico, una región, una comunidad o cualquier grupo de seres humanos cuyas relaciones estén reguladas por ciertas costumbres, derechos y obligaciones recíprocas.

Para Martínez Míguélez (2008) el método etnográfico se apoya en la convicción que las tradiciones, roles, valores y normas del ambiente en que viven las personas se van internalizando y generan regularidades que permiten explicar la conducta individual y de grupo de esas personas. El objetivo inmediato de un estudio etnográfico es crear una imagen realista y fiel del grupo estudiado, pero su verdadera intención es contribuir a la comprensión de grupos más amplios que presentan características similares.

El objeto de estudio de la investigación etnográfica, no está en analizar las variables que caracterizan a los diferentes integrantes del grupo estudiado de manera aislada, sino en las relaciones que se dan entre dichos integrantes como parte de un todo que conforma un sistema o estructura dinámica. De esta manera su estructura puede crecer, diferenciarse, autorregularse y reproducirse conservando la red de relaciones creadas entre dichos integrantes (Martínez Míguélez, 2008).

2. Etnografía educativa

La **etnografía educativa** no constituye una disciplina independiente ni un área de investigación bien definida, sino un enfoque de los problemas y los procesos que ocurren en la educación, representando esencialmente “(...) una síntesis interdisciplinar emergente, al practicarla investigadores de distintas tradiciones” (Yuni y Urbano, 2005: 112).

Para Yuni y Urbano (2005) el objeto de estudio de la etnografía educativa es aportar datos descriptivos valiosos de los contextos, actividades y creencias de los participantes en los escenarios educativos. La etnografía educativa puede ser definida como el estudio y análisis de las instituciones y los procesos educativos sirviéndose del método etnográfico y permite describir las estrategias que despliegan docentes, alumnos y padres en la vida cotidiana y explorar cuáles son sus intenciones explícitas e implícitas y cómo se vinculan a un sistema de valores o creencias más amplio.

Entre los diferentes usos de la etnografía educativa se encuentran: lograr una mejor comprensión de los acontecimientos que ocurren en la institución educativa mediante el análisis de los incidentes que suceden cotidianamente en las aulas, analizar los efectos de la propia enseñanza, mayor eficacia en el uso del lenguaje y la comprensión de los alcances de la comunicación pedagógica, así como la realización de estudios organizacionales que permitan analizar los estilos de las decisiones, la racionalidad en los estilos de gestión y las representaciones acerca de la autoridad (Yuni y Urbano, 2005).

El investigador etnógrafo debe reconocerse como miembro de una cultura diferente y portador de valores que le hacen percibir la realidad de otra manera, dotado por sus códigos y prácticas habituales. Si es miembro de la comunidad investigada, debe extrañarse ante los hábitos de su cultura y lograr ponerse en una posición que le permita

captar la estructura de significados que por ser miembro de la comunidad no alcanza a visualizar. Esto le permite conocer por contraste la cultura que está observando y “(...) sin perder su propia visión de las cosas, pueda reconstruir mediante la observación participante y las entrevistas, las pautas, valores y prácticas de la comunidad que observa” (Yuni y Urbano, 2005: 117).

3. Proceso metodológico en la etnografía

A continuación se presenta el proceso metodológico en la etnografía desde el punto de vista de Yuni y Urbano (2005) y Martínez Míguez (2009).

Desde el punto de vista de Yuni y Urbano

Para Yuni y Urbano (2005) este proceso metodológico contempla tres fases fundamentales: la fase preparatoria o de diseño, la fase de trabajo de campo y la fase informativa.

a. Fase preparatoria o de diseño

En esta fase el investigador define el tema, plantea interrogantes, formula unos objetivos, construye un modelo conceptual para abordar el trabajo de campo, define el problema de investigación y adopta decisiones de cómo lo resolverá, así como establece los procedimientos lógicos, metodológicos y operativo a utilizar. Esta fase contempla la elaboración de un plan que parte de un diseño inicial que se va ajustando en la medida que la investigación avanza y toma como base la información relativa a la dimensión epistemológica y la estrategia general.

En la dimensión epistemológica “El investigador debe esclarecer las razones teóricas que justifican su interés en ese tema, como también las motivaciones y creencias personales” (Yuni y Urbano, 2005: 19). El investigador además, examina cuáles son los prejuicios y preconceptos que condicionan su percepción de la situación que pretende estudiar, evalúa la factibilidad para realizar el estudio y trabaja con

materiales teóricos, especialmente aquellos relativos a otros estudios etnográficos que se refieran a la misma situación o algunas realizadas sobre grupos o sociedades similares.

Finalmente elabora un marco conceptual inicial donde articula un modelo teórico que de cuenta de las principales dimensiones y del conjunto de propiedades de la situación o del grupo que le interesa estudiar, así como planifica cómo se llevará a cabo el trabajo de campo, selecciona a los informantes, estudia cómo acceder a los sujetos y a las instituciones involucradas y cómo establecer una relación que permita realizar la investigación.

b. Fase de trabajo de campo

El trabajo de campo es la fase primordial de una investigación etnográfica siendo, “(...) una situación metodológica y también en sí mismo un proceso, una secuencia de acciones, de comportamientos y de acontecimientos, (...) cuyos objetivos pueden ordenarse en un eje de inmediatez a lejana” (Yuni y Urbano, 2005: 123).

En esta fase se aplican técnicas de recolección y análisis de información y se caracteriza por el predominio del trabajo de terreno. El etnógrafo recoge información de los escenarios que observa, luego realiza interpretaciones de lo observado y posteriormente elabora una estructura teórica que inicia un nuevo proceso de búsqueda de información. Además, selecciona y utiliza los instrumentos de recolección de información que le resulten más convenientes y le ofrezcan mejor información, así como describe, traduce, explica e interpreta la realidad observada.

c. Fase informativa

Consiste en la elaboración de materiales de difusión de los resultados obtenidos durante el trabajo de campo. La redacción del informe de investigación es la tarea básica de esta fase y debe contener descripciones vivas de los contextos y las acciones

observadas, así como hacer visible el sistema de símbolos que articulan las interacciones sociales de una cultura, de una comunidad o de un grupo social.

Desde el punto de vista de Martínez Miguélez

Martínez Miguélez (2009) distingue diferentes etapas del proceso de investigación etnográfica que son: determinación del nivel de participación, recolección de información, nivel de objetividad, confiabilidad y validez, análisis de los datos y generalización de los resultados.

a. Determinación del nivel de participación

La etnografía parte del supuesto que lo que la gente dice o hace está condicionado, consciente o inconscientemente, por la situación social en que vive. El etnógrafo debe ser muy cuidadoso en la forma de introducirse y participar en la comunidad que va a estudiar, de manera de ganarse a la gente mediante la explicación de sus funciones, determinando en qué medida su trabajo puede contribuir al futuro desarrollo de la comunidad.

b. Recolección de información

En la investigación etnográfica, “(...) la información que se busca es aquella que más relación tenga y ayude a descubrir mejor las estructuras significativas que dan razón de la conducta de los sujetos en estudio” (Martínez Miguélez, 2009: 196). Por ello pueden ser relevantes los siguientes tipos de información:

- Contenido y forma de interacción verbal entre los sujetos.
- Contenido y forma de interacción verbal con el investigador en diferentes situaciones y en diferentes tiempos.
- La conducta asumida mediante gestos, posturas y mímicas, entre otras.
- Los patrones de acción y no acción como comportamiento o pasividad.

- Los registros de archivos, documentos, artefactos y todo tipo de rastros y huellas.

El investigador etnógrafo utiliza como técnica primaria para recoger la información las anotaciones de campo tomadas en sitio, que posteriormente conforma e integra con la observación realizada, fotos, videos y entrevistas, entre otras, todas de acuerdo con las circunstancias presentadas.

c. Nivel de objetividad, confiabilidad y validez

Las investigaciones etnográficas alcanzan un alto grado de **objetividad** en dependencia de su enfoque fenomenológico, la selección cuidadosa de las muestras que se estudian, la empatía que se logra con los sujetos, así como su nivel de confiabilidad y validez. El enfoque fenomenológico, “(...) considera las acciones humanas como algo más que simples hechos concretos que responden a las preguntas de quién, qué, dónde y cuándo algo fue hecho” (Martínez Miguélez, 2009: 197). Lo importante es el significado de la acción y la importancia que ésta tiene en su personalidad. La selección de la muestra de sujetos debe ser representativa y contener a los miembros claves capaces de brindar la información que se necesita.

Una investigación con buena **confiabilidad** “(...) es aquella que es estable, segura, congruente, igual a sí misma en diferentes tiempos y previsible para el futuro” (Martínez Miguélez, 2009: 198). La confiabilidad se presenta en dos formas, una externa y otra interna. Existe **confiabilidad externa** cuando investigadores independientes, al estudiar una realidad en tiempo o situaciones diferentes, llegan a los mismos resultados y hay **confiabilidad interna** cuando varios observadores, al estudiar la misma realidad, concuerdan en sus conclusiones.

Una investigación tiene un alto nivel de **validez** “(...) si al observar, medir o apreciar una realidad, se observa, mide o aprecia esa realidad y no otra cosa” (Martínez

Miguélez, 2009: 200). La seguridad que tiene un etnógrafo que sus estudios poseen un alto nivel de validez se deriva de su modo de recoger la información y de las técnicas de análisis utilizadas. Para ello se utilizan procedimientos que implican: vivir entre los sujetos participantes en el estudio, recoger los datos durante largos períodos de tiempo, revisarlos, compararlos y analizarlos de manera continua, adecuar las entrevistas a las categorías de los participantes, utilizar la observación participativa en el lugar donde se dan los hechos, así como incorporar en el proceso de análisis una continua actividad de retroalimentación y reevaluación.

d. Análisis de los datos

Existen un conjunto de técnicas que pueden ser utilizadas para el análisis de los datos entre las que se encuentran: los procesos inductivos y deductivos, los modelos de procesos, los exámenes comparativos de inducción analítica, las técnicas de comparación constante, los análisis tipológicos, los sistemas enumerativos y los protocolos estandarizados (Martínez Miguélez, 2009).

e. Generalización de los resultados

En la medida en que estén identificados y descritos los métodos de investigación, las categorías de análisis y las características de los fenómenos y los grupos, serán más confiables las comparaciones y las transferencias a otras situaciones y grupos. Cada estudio describe unas estructuras generales o patrones derivadas de la situación individual o social estudiada, que pueden generalizarse por medio de una lógica inductiva a todos los miembros de la misma cultura que participan en las mismas clases de actividades. Los trabajos etnográficos “(...) contribuyen en la búsqueda de más amplias regularidades de la conducta humana, en diferentes culturas o grupos ambientales” (Martínez Miguélez, 2009: 203) en la medida que sus conclusiones se comparan y contrastan entre sí y con otros estudios.

4. Etnografía virtual

“La etnografía virtual estudia los hechos mediáticos concretos donde la Red juega un papel, por un lado de instancia de conformación cultural y por otro de artefacto cultural construido sobre la comprensión y expectativas de los internautas”.

Christine Hine

a. Internet y los estudios etnográficos

Un nuevo enfoque de investigación para explorar las interacciones sociales que tienen lugar en Internet, es el conocido como **etnografía virtual**, que utiliza diversas herramientas como los grupos de noticias, chats, y los foros de discusión. La noción de virtualidad de la etnografía se basa en los mismos principios que utilizan los etnógrafos para introducirse en el campo por largos períodos de tiempo, interactuando con los habitantes de una comunidad y aprendiendo su modo de vida, para apreciar en profundidad el comportamiento y la cultura de dicha sociedad. El investigador etnógrafo se sumerge en la virtualidad para observar e interactuar con la comunidad utilizando los medios que Internet le posibilita y de manera ocasional la comunicación cara a cara (Miller, 2000).

Para Miller (2000) la idea de aplicar métodos etnográficos a la comprensión de los fenómenos que ocurren en la Red, se hicieron populares en los primeros días de la creación de Internet durante la década de 1990. Nancy Baym formuló un enfoque que le permitió acercarse a un sitio en línea, como un lugar donde el investigador etnógrafo podía delinear las características de una comunidad, asociada a las cualidades distintivas de una determinada cultura prevaleciente en dicha comunidad. Cuestiones relacionadas con normas y valores compartidos, jerarquías sociales, utilización de los idiomas, bienes colectivos, así como los procesos mediante los cuales los miembros de la comunidad podían identificar información privilegiada, se hicieron populares para el trabajo de los enfoques etnográficos en línea.

Para Ferrada (2006) Internet tiene consecuencias importantes sobre la relación del individuo con la tecnología y sobre las relaciones sociales que se construyen utilizando la Red. De esta forma la etnografía a través de Internet puede alcanzar un sentido enriquecido del significado que va adquiriendo la tecnología en la cultura de cada una de las comunidades virtuales. Chisnall (2001) hace notar la importancia que tiene para el usuario sentir cómo se vive en un mundo en línea, que está en todas partes pero que no está donde viven los cuerpos. Esto impacta a las personas de manera distinta a la vida fuera de línea, por lo que resulta atractivo y útil experimentarlo y llegar a conocer sus beneficios y amenazas.

Ardévol (2003) afirma que la diversidad de los grupos en Internet, dado por su comportamiento, intereses, modos de relacionarse y sentimientos, presenta ilimitadas opciones de interpretación de la tecnología. Sin embargo, si cada vez que se interactúa con la tecnología en un contexto profesional se monitorea reflexivamente el desempeño de los trabajos de los otros profesionales en la Red, es posible construir formas comunes de hacer funcionar la tecnología en beneficio de la sociedad, así como formas específicas de ser y de actuar, lográndose una cierta estabilización de los usos y el sentido social de Internet para una comunidad virtual en particular.

La perspectiva etnográfica de Internet no es una descripción de sentido común de cómo son las cosas, sino una descripción cargada de teoría para describir lo que sucede con una mirada, que va más allá de la observación que hace el investigador etnógrafo. Esta descripción tendrá siempre validez si permite encontrar un sitio enriquecido de los significados “(...) que va adquiriendo en las culturas que la alojan, y un cierto entendimiento de hasta que punto nuestras creencias acerca de Internet influyen en nuestra relación con la tecnología y sobre las relaciones sociales que construyamos a través de ellas” (Ferrada, 2006: 2).

Para Hine (2009), determinar la verdadera perspectiva etnográfica de Internet implica explorar sobre algunas preguntas concretas como son:

- ¿Cómo los usuarios llegan a comprender las capacidades y posibilidades de Internet? ¿Qué implicaciones tiene su uso? ¿Qué interpretan de ella como medio de comunicación y a quién perciben como audiencia?
- De qué modo afecta Internet a la organización de las relaciones sociales en el tiempo y el espacio? ¿Es distinta esa organización a la de la vida real? Y si la respuesta es afirmativa, ¿Cómo los usuarios concilian lo virtual y lo real?
- Cuáles son las consecuencias de Internet sobre la autenticidad y la autoría? ¿Cómo se desempeñan y experimentan las identidades y cómo se juzga la autenticidad?
- ¿Es lo virtual experimentado como algo diferente y separado de lo real? ¿Hay una frontera divisoria entre la vida online y la offline?

b. Grupos de noticias en las comunidades virtuales

Para Hine (2009) si bien los estudios cuantitativos han jugado un rol importante en el análisis sistemático y el suministro de herramientas para comparar diferentes entornos comunitarios, los estudios cualitativos e interpretativos han alcanzado un lugar privilegiado a la hora de estudiar un contexto cultural como Internet y establecer los rasgos de la comunicación mediada por ordenador. Internet provee un campo de acción natural para estudiar el comportamiento de las personas en línea. La organización de los mensajes en grupos de noticias puede ser analizada por su funcionalidad ya que los titulares de los asuntos y los estilos de redacción permiten conocer el desarrollo de las identidades de los participantes.

De igual forma, al citar fragmentos de un mensaje a la hora de responderlo refuerza el sentido del desarrollo de una discusión como proceso de interacción y no

como una simple acumulación de declaraciones y opiniones aisladas. Las expresiones lingüísticas tales como chistes, abreviaturas, uso de códigos locales, entre otros, contribuyen a la formación de una sociedad de práctica de conocimientos, lenguajes y bienes compartidos. El uso de los dominios multiusuarios genera una cultura común a través del lenguaje compartido y el empleo de medios textuales generan modos de participación que conducen a los involucrados a construir una presencia significativa en el entorno a donde participan en unión de otras personas. Todo lo anterior, permite interpretar las características de las interacciones en Internet como funcionalidades en el sentido social y como facilitadoras del desarrollo de una cultura distinta (Hine, 2009).

c. Identidad y engaño en las comunidades virtuales

La **identidad** “(...) es el pilar básico de la interacción social sobre todo si partimos de que todas nuestras interacciones, incluso las que realizamos con desconocidos, están marcadas de la percepción que tenemos de con quién estamos actuando” (Smith, 2003: 27). La comunicación es esencial en el conocimiento de la identidad de aquellas personas con quien se pretende establecer una determinada interacción. El cuerpo proporciona una definición necesaria y conveniente de la identidad de una persona. Pero en el mundo virtual la situación es diferente, ya que al estar compuesto más de información que de materia y debido a que esa información se difunde, no existe una ley que permita su conservación.

Para Smith (2003) en el mundo virtual la identidad es muy ambigua ya que los rasgos del mundo real no están presentes, pero aún así la identidad en la virtualidad también existe. Cuando la gente se comunica a través de la virtualidad se acostumbra a determinados matices en las direcciones electrónicas, estilos en firmas electrónicas, determinadas frases que identifican al usuario como parte de la cultura de una comunidad virtual en específico, el nombre de la cuenta electrónica considerando que

cada dominio tiene su propia identidad, las señales incorporadas al contenido del mensaje, la forma de escribir la información que se destaca al principio de un mensaje, el uso de abreviaturas y de la jerga propia del grupo, así como los vínculos establecidos con determinados documentos o páginas Web, entre otras.

Sin embargo los rasgos de identidad antes descritos no son siempre fiables. Se pueden encontrar numerosas variedades de **engaño** sobre identidad dentro de un grupo de noticias siendo algunos bastantes dañinos, otros son inofensivos y benefician al que los lleva a cabo sin perjuicio del grupo, algunos “(...) son engaños evidentes, diseñados con la intención clara de dar una impresión falsa; en otros casos se trata de manifestaciones más sutiles de la identidad, parecidas a los ajustes que se hacen en muchas situaciones reales durante la autopresentación” (Smith, 2003: 72).

d. Perspectivas metodológicas dentro de las comunidades virtuales

La etnografía virtual mantiene un interés especial “(...) por el estudio de lo que la gente hace con la tecnología y, una vez que interpretamos el ciberespacio como un lugar en el que se actúa, podemos empezar a estudiar exactamente qué se hace, porqué y en qué términos” (Hine, 2009: 33). Cuando se trabaja en la virtualidad hay que comenzar por preguntarse ¿cómo se vive?, ¿hay que permanecer conectado a Internet las 24 horas del día o más bien, durante intervalos periódicos?, ¿pueden analizarse archivos de grupos de noticias sin participar y llamar a esto una etnografía?

Según Hine (2009) las instancias breves, las muestras restringidas y los análisis retrospectivos han permitido arribar a importantes conclusiones acerca del fenómeno virtual. Las **instancias breves** permiten al investigador un enfoque más preciso sobre algún punto concreto de interés y su seguimiento detallado, sin verse agobiado por la cantidad de contenidos. Las **muestras cruzadas** entre grupos de noticias contribuyen al análisis de algún tópico en particular a través de más de un contexto. Los **análisis**

retrospectivos permiten acercarse a una realidad ya ocurrida y profundizar en sus detalles más significativos.

Hine (2009) hace énfasis en los estudios que combinan el intercambio de correos electrónicos con los participantes, las entrevistas electrónicas por videoconferencias y los planteamientos generales a grupos amplios, donde el espíritu del investigador etnógrafo se ubica en las prácticas sustentadas en el tiempo, con sentido y percepción de comunidad para los participantes. En este sentido se abre el camino para estudiar la configuración de un contexto cultural significativo para los participantes, manteniendo el interés de ver lo que ellos ven a través de sus ojos y buscando la comprensión profunda acerca del sustrato cultural de la comunidad en sí misma. Esto permite utilizar diferentes maneras de observar y comunicarse con los participantes permitiendo que las observaciones puedan ser comprobadas de manera cruzada.

El investigador etnógrafo al involucrarse activamente en un grupo de noticias debe enfrentar una serie de desafíos. Por un lado, debe ser cuidadoso al presentar a sus informantes revelando el objetivo real del estudio que está realizando y no tratarlos de manera encubierta. Por otra parte, debe respetar la autoría al trabajar con los mensajes enviados a un grupo de noticias (Hine, 2009).

Conclusiones

Mediante el método etnográfico es posible describir el estilo de vida de un grupo de personas que generalmente están habituadas a vivir juntas formando comunidades, siendo posible que el investigador etnógrafo realice este análisis utilizando una nación, un grupo lingüístico, una región, una comunidad o cualquier grupo de seres humanos cuyas relaciones estén reguladas por ciertas costumbres, derechos y obligaciones recíprocas. El enfoque etnográfico se apoya en la convicción que las tradiciones, roles, valores y normas del ambiente en que viven las personas se van internalizando y

generan regularidades que permiten explicar la conducta individual y de grupo de esas personas. El objetivo inmediato de un estudio etnográfico es crear una imagen realista y fiel del grupo estudiado, pero su verdadera intención es contribuir a la comprensión de grupos más amplios que presentan características similares.

La etnografía educativa no constituye una disciplina independiente ni un área de investigación bien definida, sino un enfoque de los problemas y los procesos que ocurren en la educación, de esta manera su objeto es aportar datos descriptivos valiosos de los contextos, actividades y creencias de los participantes en los escenarios educativos. Este tipo de etnografía puede ser definida como el estudio y análisis de las instituciones y los procesos educativos sirviéndose del método etnográfico mediante el cual es posible describir las estrategias que despliegan docentes, alumnos y padres en la vida cotidiana y explorar cuáles son sus intenciones explícitas e implícitas y cómo se vinculan a un sistema de valores o creencias más amplio.

Se analizan dos enfoques metodológicos de la etnografía. El primero descrito por Yuni y Urbano (2005) y el segundo por Martínez Miguélez (2009). En el primer caso la metodología contempla la fase preparatoria o de diseño, la de trabajo de campo y la fase informativa. En el segundo caso se plantean las fases de: determinación del nivel de participación, recolección de información, nivel de objetividad, confiabilidad y validez, así como la generalización de los resultados.

Finalmente se aborda el tema de la etnografía virtual como el método que estudia los hechos mediáticos concretos donde la Red juega un papel, por un lado de instancia de conformación cultural y por otro de artefacto cultural construido sobre la comprensión y expectativas de los internautas. La etnografía virtual analiza las nociones, exageraciones, mitos, significados e implicaciones de la vida en la Red

demostrando que ésta no trasciende las nociones tradicionales de espacio y tiempo, sino que mediante la barrera del offline/online genera múltiples órdenes en ambos campos.

Bibliografía

ARDÉVOL, Elisenda

2003 Etnografía virtualizada: la observación participante y la entrevista semiestructurada en línea. *En Revista: Athenea digital*. Número 3.

CHISNALL, PM

2001 Virtual ethnography. *En Revista: International Journal Market Research*. Volumen 43. Número 3: 354-356.

FERRADA, Cubillos

2006 Etnografía un enfoque para la investigación de weblogs en biblioteconomía y documentación. *En Revista: Bibliotecología y Ciencias de la Información*. Volumen 7. Número 23.

GAIRÍN, Joaquín

2006 Las comunidades virtuales de aprendizaje. *En Revista: Educar*. Número 37, 41-64.

GARCÍA AREITO, Luis

2006 *Cibercomunidades*. Barcelona: BENED.

HINE, Chritine

2009 *Etnografía Virtual*. Barcelona: UOC.

MARQUÉS, Peré

2009 La Web 2.0 y sus aplicaciones didácticas. Barcelona: Universidad Autónoma de Barcelona. Departamento de Pedagogía Aplicada. Facultad de Educación.

MARTÍNEZ MIGUÉLEZ, Miguel

2008 *La investigación cualitativa etnográfica en educación. Manual teórico-práctico*. Distrito Federal: Trillas.

MARTÍNEZ MIGUÉLEZ, Miguel

2009 *Ciencia y arte en la metodología cualitativa*. Distrito Federal: Trillas.

MILLER, Daniel

2000 *Internet: Un enfoque etnográfico*. Oxford, UK: Berg.

SMITH, Robert

2003 *Comunidades en el ciberespacio*. Barcelona: UOC

TEIJERO, Sergio

2010 Simulación de entornos virtuales de enseñanza y aprendizaje. *En Revista: ANUARIO ININCO*. Volumen 22. Número 1: 97-113.

YUNI, José y URBANO, Claudio

2005 *Investigación Etnográfica. Investigación – Acción. Mapas y herramientas para conocer la escuela*. Córdoba: Brujas.