

Investigación educativa, una fundamentación metódica y metodológica

Énfasis Ambientes de Aprendizaje Mediados
por TIC de la Maestría en Educación UPB

Compiladores

Isabel Cristina Ángel-Uribe

Lina María Cano Vásquez

Alejandro Uribe Zapata



378.007
C227

Cano Vásquez, Lina María, autor

Investigación educativa, una fundamentación metódica y metodológica, énfasis ambientes de aprendizaje mediados por TIC de la Maestría en Educación UPB / autores Lina María Cano Vásquez [y otros 8] – 1 edición – Medellín: UPB, 2025 -- 255 páginas.

978-628-500-160-4 (versión digital)

1. Tesis y disertaciones académicas -- 2. Educación en ambientes virtuales (EAV) -- 3. Investigación educativa -- 4. Comunicación científica -- 5. Escritura académica -- 6. Metodología de la investigación

CO-MdUPB / spa / RDA
SCDD 21 / Cutter-Sanborn

© Guadalupe Álvarez
© Guillermo Echeverri Jiménez
© Beatriz Elena López Vélez
© Juan Carlos Echeverri-Álvarez
© María Elena Giraldo-Ramírez
© Gloria María Álvarez Cadavid
© Lina María Cano Vásquez
© Marita Lopera Rendón
© Fáber Andrés Piedrahíta Lara
© Editorial Universidad Pontificia Bolivariana
Vigilada Mineducación

Investigación educativa, una fundamentación metódica y metodológica

ISBN: 978-628-500-160-4 (versión digital)

Primera edición, 2025

Escuela de Educación y Pedagogía

CIDI. Grupo de investigación: Educación en Ambientes Virtuales. Proyecto de investigación: Proyecto General Grupo de Investigación en Educación en Ambientes Virtuales. Radicado: 358C-11/18-21

Gran Canciller UPB y Arzobispo de Medellín: Mons. Ricardo Tobón Restrepo

Rector General: Padre Diego Marulanda Díaz

Vicerrector Académico: Álvaro Gómez Fernández

Decano de Escuela de Educación y Pedagogía: Juan Francisco Vásquez Carvajal

Coordinadora Editorial UPB: Lisa María Colorado Rodríguez

Producción: Ana Milena Gómez Correa

Diagramación: María Isabel Arango Franco

Corrección de estilo: Weimar Toro Ramírez

Imagen portada: Shutterstock 2450090315

Dirección Editorial:

Editorial Universidad Pontificia Bolivariana, 2025

Correo electrónico: editorial@upb.edu.co

www.upb.edu.co

Medellín - Colombia

Radicado: 2328-15-08-24

Prohibida la reproducción total o parcial, en cualquier medio o para cualquier propósito, sin la autorización escrita de la Editorial Universidad Pontificia Bolivariana.

Etnografía virtual: exploración de una opción metodológica para la investigación en entornos virtuales de aprendizaje¹

Dra. Gloria María Álvarez Cadavid

Los ambientes virtuales, específicamente los del ámbito educativo, plantean nuevos retos metodológicos, dado que allí pueden confluír múltiples disciplinas, albergar grandes volúmenes de información y ampliar las posibilidades comunicativas que, por una parte, enriquecen las prácticas de enseñanza y aprendizaje y, por otra, ofrecen distintas prácticas de registro y recolección de datos que trazan un contexto investigativo diferente, pleno de nuevas opciones a la práctica pedagógica e investigativa en ambientes virtuales.

En este nuevo contexto investigativo surgen algunas preguntas: ¿qué desafíos metodológicos plantea la investigación educativa etnográfica en entornos virtuales?, ¿cuál ha sido la contribución de la etnografía al conocimiento del *e-learning*? Estos interrogantes servirán de guía en el recorrido que se inicia en un terreno cambiante, frente al cual no se puede decir todo, pero del que, por lo menos, se pretende intuir un trayecto, una geografía.

1 Este capítulo es la adaptación de un texto publicado en 2009 en la *Revista Q*: <https://repository.upb.edu.co/handle/20.500.11912/6554>

La opción etnográfica para el estudio de los ambientes virtuales

La etnografía es, ante todo, una actividad investigativa de corte descriptivo que pretende estudiar la cultura de una comunidad. Etimológicamente, está formada por dos raíces griegas: *ethnos*, que significa “nación” o “pueblo”, y *graphein*, que significa “escribir”; es decir, la etnografía apunta a la descripción de los pueblos, de su cultura.

El primer concepto clave para entender la etnografía es el de ‘etnia’, en su concepción tradicional y su transformación dentro de contextos urbanos y virtuales, un término ampliamente asociado a pueblos geográficamente distantes y aislados, calificados de exóticos. Luego apareció un término con menos connotaciones y más incluyente, como etnicidad, para referirse a la cultura de todo agrupamiento urbano. Así, como si se tratara de una eclosión, se formaron agrupaciones sociales dentro de los centros urbanos que pasaron a ser llamadas culturas suburbanas o subculturas, nombre bajo el cual se designó a los grupos marginales.

Poco a poco, la etnografía se interesó por grupos más cerrados y comenzó a cambiar su perspectiva centrada en la mirada del observador, para cambiar a un observador que adopta el punto de vista del observado. Esta evolución ha hecho que la etnografía, como metodología, se haya debatido, desde sus inicios, en aspectos como los siguientes:

- **La relación del etnógrafo y la comunidad:** aquí se define cómo será la interacción entre el punto de vista del observador y del observado.
- **La motivación para la realización de un estudio etnográfico:** inicialmente se hacía etnografía para describir culturas exóticas. Hoy, los estudios etnográficos tienen múltiples motivaciones y, sobre todo, tienen un panorama más complejo y fragmentario de estudio. De lo rural a lo urbano, de lo urbano a lo virtual, se quiere comprender las múltiples culturas y grupos que hoy conviven en lugares y tiempos redefinidos por otras coordenadas espacio-temporales.
- **La preparación para el trabajo de campo:** algunas corrientes defienden que no hay que estructurar mucho el trabajo de campo y otros argumentan que es necesario una documentación o unas conjeturas previas para iniciar el proceso de recolección de información.

- *La definición de una unidad de observación:* son muchos los tipos de agrupaciones que se han definido desde el campo de la antropología:
 - Comunidad de sangre: familia, clan, tribu.
 - Comunidad de lugar: aldea, barrio, área rural.
 - Comunidad de espíritu: grupos religiosos, sectas, grupos nacionales, etc.
 - Grupos que comparten un rasgo común como la marginalidad: bandas, pandillas, etc.
 - Grupos unidos en torno a una institución: escuelas, cuarteles, iglesias, etc. (Sánchez, 1988 citado en Aguirre Baztán, 1995, p. 16)

Todos estos aspectos vuelven a ser reconfigurados, dado que hoy se habla de grupos que no están situados físicamente en ningún lugar, que su presencia es virtual, que sus vínculos están mediados tecnológicamente y que tienen otras formas expresivas que impulsan al investigador a encontrar otras maneras de abordar su estudio, para conocer la denominada cibercultura.

Por ejemplo, definir una unidad de observación en el universo de Internet resulta un trabajo complejo pero necesario, ya que, por su tamaño, diversidad y crecimiento constante, no podría ser considerado un campo global de observación, como tradicionalmente ha definido sus áreas de estudio la etnografía, sino que se tendría que delimitar de manera rigurosa de acuerdo con sus propias características y según el objetivo de la investigación, lo cual ya es un reto para el etnógrafo de los espacios virtuales.

La etnografía virtual toma su forma en el estudio de un espacio concreto, aunque complejo, como lo es el ciberespacio. A este respecto, Hine (2004) presenta una reflexión muy completa de la práctica etnográfica en el ciberespacio, toma como punto de partida sobre el tema lo que ella denomina una crisis en la etnografía. Y sustenta esta afirmación en aspectos como los siguientes:

- La ampliación de los campos de estudio, entre ellos el desarrollo urbano, los medios, la ciencia y la tecnología. Así cambian las preocupaciones actuales y, por tanto, los intereses investigativos.
- Tendencia al estudio de tópicos particulares, en lugar del estudio de formas de vida en su conjunto y de comunidades globales: pacientes, estudiantes, espectadores, etc.

- El cuestionamiento de las realidades naturales (realismo) y objetivamente descritas: hoy se toma la realidad como un discurso sobre esta, una construcción.

A partir de estos factores de crisis señalados por Hine (2004) se aprecia una oportunidad para estudiar el ciberespacio, específicamente Internet, que es, en sí mismo, un objeto de estudio nuevo para la etnografía. “Tomaremos la etnografía como una práctica textual y una destreza adquirida y como una experiencia artesanal que pone en entredicho los fundamentos tradicionales basados en la presencia prolongada del investigador en un espacio físico determinado” (Hine, 2004, p. 54).

Si se toma a Internet como un espacio en el que se presentan interacciones sociales y estas se asumen como válidas, se puede decir, entonces, que Internet es un objeto de estudio para la etnografía. La tradición de los estudios de comunidades ubicadas en lugares específicos se desconfigura en Internet, que sigue siendo un espacio habitado bajo otras dimensiones, que ya no son físicas, sino que se mueven en el terreno de los vínculos sociales: del plano físico se pasa al plano de las relaciones en las cuales los procesos de interacción son la base para la interpretación de las comunidades en Internet.

En cuanto a la práctica investigativa del etnógrafo, Internet plantea que este deberá ser un usuario que sepa desenvolverse en el manejo de los dispositivos tecnológicos y de las formas o expresiones comunicativas que allí se pueden ejecutar. Esto es necesario para las reflexiones respecto a las prácticas de los internautas e, incluso, para poder localizar sitios y materiales para la investigación. El trabajo del etnógrafo en ambientes virtuales implica un compromiso y una familiaridad con la interacción mediada, pues con ella mantendrá el contacto con sus fuentes y de ella provendrá la mayoría de sus observaciones y análisis.

En el aspecto del cubrimiento y alcance de la etnografía virtual no se puede hablar de totalidades, sino de porciones, o de estudios muy delimitados de comunidades, puesto que Internet es un espacio de infinitas relaciones que dan origen a muchas manifestaciones culturales diferentes. Así mismo, Internet no es un lugar de inmersión continuada, sino alterno: al tiempo que la gente es usuaria de Internet, también hace parte de otros colectivos.

Buena parte de esa interacción en Internet es textual, con lo cual se deja de lado la primacía de la oralidad dentro de los estudios etnográficos. Los estudios de la comunicación no verbal remiten a otros lenguajes como el

corporal, los gestos, las miradas, el tacto, el olfato y todo el repertorio sensorial del que es portador el ser humano. Trasladar las consideraciones sobre el lenguaje no verbal a un ambiente virtual implicaría hacer traducciones en muchos niveles: lo primero es que, en el momento actual, buena parte de la comunicación fluye en el ciberespacio en forma textual; pero cada vez se tiende a que la comunicación sea mediante dispositivos audiovisuales, que, si bien muestran una gestualidad, también la editan o la focalizan sin que el observador tenga autonomía en la mirada.

En el caso de cursos virtuales o relaciones con fines pedagógicos que se imparten en plataformas, es conveniente destacar las interfaces y, sobre todo, el uso que el docente y los estudiantes hacen de ellas, porque estos podrían dar cuenta de esa comunicación no verbal, que acompañaría, en este caso, a una comunicación de base textual, equivalente a la comunicación oral predominante en las relaciones cara a cara.

Las claves simbólicas de la comunicación no verbal en el ciberespacio educativo pueden estar marcadas por el uso de recursos textuales como colores, tipos de letra, imágenes, estilo de redacción adaptado a los distintos espacios, disponibilidad de recursos textuales o en otros formatos, frecuencia de la comunicación, disposición del curso en la plataforma, secuencias de los foros, desarrollo de chats, formas de recorrido, formas de saludo y de despedida, etc.

Entorno virtual: delimitación de un espacio investigativo

El concepto de entorno virtual está formado por una dupla sobre la cual se ha discurrido extensamente y se ha barajado una amplia gama de opciones, enfoques y énfasis semánticos desde los cuales se ha dado luz al respecto. Este término ha sido el nombre genérico para denominar y definir múltiples “lugares” y conceptos que no siempre son sinónimos: Internet, ciberespacio, entorno *online*, cibercultura, interfaz, plataformas, espacios de simulación o MUD, espacio digital. Al fin y al cabo, todos tienen cabida en el amplio espectro del entorno virtual.

La claridad conceptual en este aspecto es un punto clave para un proceso investigativo, porque este exige delimitar y comprender los usos y las prácticas que allí se enmarcan. Ahora, una pregunta necesaria: ¿cómo vive

en dicho espacio un usuario de Internet? Una de las evidencias de ese habitar está dada por la forma de hacer el recorrido y de ocupar, visitar y usar los espacios. Igualmente, muchas de esas interpretaciones del ciberespacio como lugar definido le dan significado y determinan la forma en que la gente lo recorre y lo usa. Suele decirse que se navega por Internet como una metáfora a la manera como se recorre el mar, y en medio de ese gran océano hay una retícula o red formada por múltiples vínculos, razón por la cual se conoce como la trama hipertextual/hipermedial, el lenguaje de los vínculos.

La conocida metáfora de la red ha servido para entender el modo de recorrer el ciberespacio; desde ella se ha definido su arquitectura y se han hecho numerosos estudios de las estructuras que se conforman a manera de redes y de vínculos. En busca de entender esas estructuras y las formas de relación, se han aplicado enfoques teóricos como el de la teoría de redes sociales (ARS),² la cual indaga por las relaciones entre sujetos, más que por sus atributos. Dicho enfoque cuenta, además, con programas informáticos como Ucinet (Netdraw), Visone, Netminer, Siena, entre otros, que permiten investigar y entender estos vínculos mediante su representación gráfica y la medición estadística. Esta es solo una opción de estudiar hoy el ciberespacio desde las redes sociales.

En el espacio virtual hay constantes relaciones entre lo físico y lo digital, en el sentido que el espacio físico puede influir en la manera de entender el ciberespacio y a su vez, el ciberespacio ayuda a configurar el modo en que se recorre y experimenta un espacio físico, por ejemplo, cuando de forma previa al conocimiento directo de un lugar se ha recorrido mediante mapas o videos para ubicarse (Neve, 2006).

Internet como objeto de estudio y como herramienta de investigación

Internet evoluciona como dispositivo tecnológico con diferentes y cambiantes servicios, y como espacio social, cada vez está más integrado en los campos de la vida cotidiana. El conocimiento mismo de esa evolución y de su impacto le ha dado una doble dimensión investigativa: como objeto

2 Ver *International Network for Social Network Analysis* en <http://www.insna.org/>

de estudio y como herramienta para la investigación. Ambos aspectos se desarrollarán, con el fin de contribuir a la comprensión metodológica de los espacios virtuales de Internet.

Los estudios fundacionales sobre Internet estuvieron orientados a documentar su magnitud creciente mediante cifras que dieron una idea de cuántas personas eran usuarias y cómo cambiaban (por lo general, en aumento progresivo) esas cifras. Con una tendencia creciente y delimitada por áreas geográficas, los estudios cuantitativos fueron muy comunes y más numerosos, inicialmente en Estados Unidos, país pionero en el uso de Internet. En muchos casos, estas investigaciones fueron motivados por intereses comerciales de un área económica en expansión que creció a gran velocidad.

De igual manera, se realizaron estudios orientados a determinar una demografía de Internet; muchos de ellos tenían interés en reunir argumentos para el debate entre defensores y detractores. Se escucharon voces que, de un lado, presagiaban un paso efímero de Internet y, de otro lado, exaltaban sin límites el gran impacto de este nuevo medio.

Cuando las cifras comenzaron a mostrar que Internet tenía un crecimiento rápido y sin precedentes, las preguntas investigativas cambiaron, para determinar qué hacía la gente con Internet y por qué lo usaba. Así tomaron fuerza los estudios de enfoque cualitativo y corte etnográfico que se han orientado a relatar con detalle, cuáles son las motivaciones de quienes usan Internet, cómo lo hacen, qué sucede allí, cómo puede ser un espacio de socialización, etc. Todo, desde una perspectiva descriptiva y analítica.

En los párrafos que siguen se hará un recorrido por algunas de las tendencias identificadas en cuanto a la investigación en el ciberespacio. Todas subsisten hoy como parte de las opciones metodológicas que configuran el panorama en el que podrá auscultar quien se interese por el contexto investigativo de Internet.

La mirada desde las cifras y los usos

Internet como tecnología es una parte de la historia, pero Internet como medio de comunicación social tiene una historia compleja y multisituada. La historia social de Internet, que obviamente va de la mano de las posibilidades aportadas por la tecnología, lejos de estar en círculos cerrados de investigado-

res, como en sus inicios, se va configurando a medida que más gente es usuaria y que, con su uso, crea otras formas de relación, de trabajo, de economía y, en general, otras dinámicas de interacción social que han penetrado en la cotidianidad, lugar clave donde los seres humanos otorgan sentido a sus actos.

El grado de penetración de Internet ha sido tan alto y se ha hecho en un periodo de tiempo tan corto que, comparativamente con otros medios, se ha convertido en un escenario muy atractivo para la investigación.

Una primera tendencia en las investigaciones sobre Internet ha estado orientada a establecer su penetración por el número de usuarios. Este tema ha marcado las discusiones en torno a la brecha digital, que hoy también es un concepto que va más allá de un número de usuarios con posibilidades de acceso.

Internet: ¿nuevo medio de comunicación?

De manera similar a como se discutió si Internet sería algo efímero o duradero ha sido la discusión de Internet como medio de comunicación. Tal como en su momento los defensores y detractores alimentaron la investigación para dimensionar su impacto y perdurabilidad, los defensores de Internet como medio poblaron el panorama con variadas investigaciones.

Los antecedentes de la investigación sobre Internet como espacio para la socialización están bajo lo que se conoce como los estudios de la comunicación mediada por ordenador (CMO). Uno de los enfoques de dichos estudios sostenía que las tecnologías empobrecían el proceso comunicativo, porque no permitían la presencia de los llamados por Christine Hine (2004) “signos sociales de contexto”, representados en la expresión facial, el status socioeconómico, la raza, la entonación y todos aquellos signos que solo se revelan en un encuentro cara a cara. Por el contrario, una visión más favorecedora presentaba la CMO como un contexto importante para la producción de relaciones sociales significativas e interacciones complejas e inéditas, y mostraba la necesidad de conocer mejor ese contexto. Confluyeron, así, varias disciplinas que experimentaron otras metodologías y repensaron los métodos tradicionales de investigación, con el fin de delimitar esas nuevas estructuras sociales emergentes de los entornos virtuales.

Por otra parte, Internet fue estudiado como medio informativo cuya tendencia investigativa estuvo marcada por el enfoque de los efectos, principalmente, con el objetivo de determinar cuál era la manera más adecuada de impactar los nacientes usuarios de Internet. Fueron comunes los estudios comparativos entre medios de comunicación que buscaban diferenciar sus posibilidades expresivas. Durante estos estudios se ha replanteado el esquema o modelo comunicacional lineal de los medios tradicionales; pues, en Internet, la gente tiene, por lo menos como posibilidad, la alternativa de ser productores de contenidos; en otras palabras, cambian los esquemas de producción y consumo mediático. ¿Quiénes son productores?, ¿quiénes son consumidores? Las fronteras se diluyen y quienes producen, al mismo tiempo, consumen. He aquí otro reto para la investigación en Internet: la reevaluación de las teorías lineales de comunicación. Este reto se ha asumido desde estudios etnográficos de producción y consumo de textos mediáticos en los cuales no solo se abordan los contenidos, sino la forma en que se producen.

Técnicas etnográficas de investigación en ambientes virtuales

Si Internet y, en general, los ambientes virtuales se consolidan como nuevos objetos de investigación, también se hace necesario, como afirma Miguel Mariño (2006), hablar de la necesidad de actualizar tanto los diseños metodológicos como las técnicas, para atender las nuevas formas de comunicación y relacionamiento.

Las siguientes son algunas de las técnicas a las cuales más se ha recurrido en las investigaciones en ambientes virtuales:

La observación flotante: herencia de la antropología urbana

La configuración de lo urbano como espacio moderno caracterizado por la movilidad y por el crecimiento continuo trajo consigo otras vivencias del espacio y condujo a formas de relación diferentes a las que marcaron los espacios rurales. La necesidad de entender ese nuevo espacio le planteó nuevos retos a la investigación. Desde los años ochenta del siglo pasado la antropología urbana hizo una renovación metodológica para estudiar la vida en las ciudades y poder entender la compleja trama de factores, para ello se

recurrió a técnicas denominadas flotantes que no se enfocaban en un objeto específico, sino en dejar lugar a que emergieran puntos de referencia que permitan ver reglas o patrones emergentes (Neve 2006).

Los espacios virtuales son una gran analogía a ese espacio urbano cambiante y fluido, donde repentinamente pueden emerger aspectos importantes que apelan a una metodología más perceptiva y atenta a estos flujos. Por esa razón, la observación flotante puede ser muy adecuada para estos fines. Con este reto en hombros, las formas de registro deben, al tiempo, ser tan sensibles que puedan captar lo que aparece de súbito. Bajo esta modalidad se proponen primeras observaciones o miradas de exploración al ciberespacio para darse una idea inicial del contexto y, luego, otras observaciones con más detalle.

La observación, encerrada en una lógica de lo visible, supone que lo que se observa es aquello que se puede ver. Para el caso del ciberespacio, muchos de los lugares de observación son aquellos en los cuales se exteriorizan las expresiones mediante textos, imágenes, videos, sonidos. Pero la sensibilidad a la que se hacía referencia en el párrafo anterior apela también a observar lo invisible.

Conforme se configuran estos espacios urbanos, móviles y difusos, surgen investigaciones que dan cuenta de los nuevos significados del ciberespacio. Una de ellas es la investigación de Cabranes (2006), denominada: “Tras las huellas de los e-nómadas”, en la que se investigaron los foros sobre Extremadura (España) y se observaron las distintas identidades *online* y las estrategias de movilidad y desplazamiento entre foros, a las que la autora denominó “estrategias nómadas”. Lo anterior coincide con lo que afirma Hine (2004) sobre la percepción de la etnografía virtual como a-situada.

La observación

Igual que los métodos de observación tradicional en espacios presenciales, los entornos virtuales pueden implicar distintos niveles de observación, desde la observación no participante hasta la observación en la cual el investigador hace parte de la comunidad investigada.

La observación no participante se suele utilizar en los entornos virtuales como una primera fase de la observación, especialmente útil para la identificación de los espacios apropiados como escenarios de la investigación.

En Internet ha surgido la figura del *lurker*, aquella persona que recorre sitios, pero no participa, solamente observa, lee, realiza una actividad pasiva. Esa sería, tal vez, la figura de un investigador que no se identifica y que solo observa, sin manifestar sus propósitos.

Así, Internet puede ser un espacio propicio para la invisibilidad, pero las decisiones dependerán de los propósitos de la investigación, pues la participación en las interacciones virtuales modifica de alguna manera lo observado. En este caso, debe quedar claro que un investigador no participante no excluye a un investigador que conoce y ha sido participante en otros espacios y tiempos virtuales.

Las encuestas online y encuestas web

De acuerdo con las investigaciones reseñadas en la obra de Howard y Jones (2005), que recogen varias de las investigaciones del *Pew Internet and American Life Project*, tales como la *General Social Survey*, el *Home Net Studio*, el *Survey 2001 Project* y el *Political Web*, entre otros, se puede ver que algunos estudios del *Pew* se basaron en la metodología de grandes encuestas a través de Internet o las denominadas encuestas web. Estas, en algunos casos, se complementaron con encuestas telefónicas, pero que constituyeron una novedad, que incluso hoy no está del todo extendida ni estudiada.

Tal como lo señala Witte (2005), “la investigación sobre encuestas en la red es la novedad más reciente de un repertorio creciente de herramientas de realización de encuestas asistidas por ordenador que se remonta a principios de los años 1970” (p. 17). Desde esta época se vieron múltiples ventajas a esta forma de sistematización: las ayudas especiales al encuestado, mediante otras pantallas alternas o submenús, lo que no es posible en el formato de papel, porque es más limitado.

La utilización de Internet como herramienta para la propia investigación ha puesto de manifiesto aspectos como el costo de las investigaciones. Si bien la programación sistematizada de una encuesta web puede ser costosa, en este caso se eliminan los gastos de entrevistadores cuando se tiene una muestra extensa. Igualmente, pueden eliminarse los costos de ingreso de información a un sistema, porque los hace directamente el encuestado al diligenciar su propia encuesta, que, generalmente, va a una base de datos en la que se organiza de manera programada la información en un primer nivel, lo cual permitirá agilizar el proceso restante.

Un segundo aspecto de las encuestas vía web es la influencia del encuestador: al no haber una intervención directa de este, se evitan los sesgos que pueda producir. Sin embargo, en este punto, los argumentos están divididos entre quienes destacan la positiva incidencia del investigador y quienes no.

Otro aspecto relevante es la convocatoria a la participación. Se ha visto que las invitaciones a posibles entrevistados para diligenciar cuestionarios o responder formularios desde la propia red tiene una receptividad baja y se presentan dificultades para completar el número muestral. Por el contrario, en las encuestas en las cuales el entrevistador está presente, el encuestado, de alguna manera, se sienta más presionado a responder.

De cualquier forma, no se agotan aquí los nuevos enfoques en la utilización de ciertas técnicas; pues este es un proceso en crecimiento y cambio, tanto en la redefinición de los objetos de estudio, como en la manera de aplicar los métodos tradicionales que, para este nuevo escenario, adquieren otras dimensiones (Mariño, 2006).

Etnografía hipermedial: retos metodológicos a partir del hipertexto

El propio objeto de estudio proporciona muchas de las pautas para un diseño metodológico, pero en el caso de los entornos virtuales hay un condicionante adicional: dicho objeto de estudio está en constante reformulación. Por esa razón, se requiere una mayor sensibilidad ante algunos de los cambios que se plantean para transformar esos interrogantes en un reto metodológico.

Desde la llamada etnografía hipermedial (*hypermedia ethnography*) (Mason y Dicks, 1999; Taylor Anderson, 1999³) se dibujan nuevas perspectivas para la etnografía como producto y como proceso en todas sus fases, basadas en las ventajas de la tecnología y la narrativa hipertextual:

3 Se refiere al sitio y el trabajo del autor no un artículo en particular.

- **Integración del material audiovisual y textual:** hace que el producto etnográfico no se limite a grandes textos descriptivos que llevan toda la fuerza de la interpretación. De esta manera se rompe la barrera entre la etnografía visual y la etnografía escrita y se favorece la creación de un ambiente etnográfico (*hipermedial ethnographic environment*, EHE).
- **Integración de múltiples voces:** con el hipertexto y sus lenguajes vinculables se pueden relacionar las voces del autor y de los participantes de la investigación en la misma pantalla o interfaz de una manera innovadora. Así, las voces de los participantes también pueden tener una función relevante: no quedan en un plano inferior y brindan otras perspectivas diferentes a las del autor.
- **La lectura de los textos etnográficos:** el hipertexto permite otras rutas de lectura que puede llevar a reinterpretaciones distintas a la propuesta inicial del autor. La desarticulación del orden lineal de los textos impresos mediante el hipertexto electrónico le da mayor libertad al lector, quien puede construir sus propios caminos.

Similar a lo anterior, la etnografía hipertextual puede facilitar los vínculos entre los registros de la investigación o notas de campo y las interpretaciones de estas, lo cual abre la posibilidad de que los lectores no tengan solo un producto final intervenido, sino que tengan acceso a los registros iniciales. Pero, al tiempo, si se presenta una cantidad de datos o textos sin coherencia, dicha posibilidad encierra el riesgo de que el trabajo etnográfico se convierta en una suma, más que en una integración. Vincular, por ello, un ambiente etnográfico hipermedial debe reflejar el proyecto mismo.

La redefinición del objeto de estudio es un punto central en lo que se ha denominado *post parading ethonographic*, presente en la obra de Marcus, y Clifford Geertz (Mason y Dicks, 1999). El objeto de estudio en los entornos virtuales es un lugar con otras coordenadas de espacio y tiempo, lo cual exige un análisis multisituado (*multi-sited ethnography*), acorde con la movilidad propia del ciberespacio y en donde los hipervínculos configuran estructuras no jerárquicas en constante cambio.

- **Favorecimiento de las distintas formas de triangulación metodológica:** los hipertextos pueden ser una forma ágil de contrastar y presentar los datos provenientes de diferentes fuentes, técnicas e investigadores.

Conclusiones

Después del recorrido planteado en el texto, podemos decir que la investigación etnográfica es una opción metodológica en crecimiento que amplía a los investigadores no solo las temáticas orientadas por el aumento de la comunicación electrónica mediada por TIC, sino también las opciones metodológicas, las técnicas e instrumentos para la indagación. Este es un campo que los investigadores comprometidos con los procesos de socialización que ocurren en ambientes virtuales debemos conocer y tener en cuenta para elegir el camino de construcción de nuevas comprensiones.

De esta forma, los ambientes virtuales presentan la oportunidad de plantear interrogantes acerca de las prácticas etnográficas tradicionales; puesto que, hoy, para ser comunidad, los grupos humanos no requieren un espacio físico común ni una presencia física: los vínculos se establecen por la mediación tecnológica y se desarrollan nuevas formas expresivas que pueden ser abordadas, igualmente, desde estrategias metodológicas virtuales. Es evidente, entonces, que Internet es un objeto de estudio nuevo y renovador para la etnografía.

Referencias

- Aguirre Baztán, A. (Ed.). (1995). *Etnografía: metodología cualitativa en la investigación sociocultural*. Marcombo.
- Anguera, M. T. (1997). *Metodología de la observación en las ciencias humanas*. Cátedra.
- Gómez Cabranes, L. (2006). *Tras las huellas de los e-nómadas*. Agregar Editorial. <http://www.cibersociedad.net/congres2006/gts/comunicacio.php?id=355llengua=es>.
- Hine, C. (2004). *Etnografía Virtual*. Universidad Oberta de Cataluña.
- Howard, Ph. N. y Jones, S. (Ed.) (2005). *Sociedad on- line: internet en contexto*. Universidad Oberta de Cataluña.
- Mariño, M. V. (2006). Nuevas tecnologías, nuevas oportunidades metodológicas. En *Conocimiento abierto, sociedad libre*. Ed. observatorio para la Cibersociedad.
- Mason, B. y Dicks, B. (1999). The Digital Ethnographer. *Cibersociology Magazine*, 6 <http://www.ub.edu/prometheus21/articulos/obs cyberprome/BruceMason.pdf>
- Neve, E. (2006). Exploración de espacios y lugares digitales a través de la observación flotante como propuesta metodológica. En M. Mora (coord.), *Entre escotomas y fosfenos* (pp. 179-194). Observatorio mexicano de tecnociencia y ciberculturas. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=497174>

- Taylor Anderson, K. (1999). *Ethnographic Hypermedia: transcending thick descriptions*. Agregar Editorial.
<https://www.umass.edu/social-sciences/about/directory/kevin-anderson>
- Witte, J. (2005). Prologo por James Witte. En N. Howard, y S. Jones (Ed.), *Sociedad on- line: internet en contexto* (pp. 15-34). Universidad Oberta de Cataluña.