

MÉTODO ETNOGRÁFICO EN EL MARCO DE LAS COMUNIDADES DE APRENDIZAJE

SERGIO TEJERO

Profesor Agregado de la Escuela de Bibliotecología y Archivología
Candidato a Doctor en Educación
Facultad de Humanidades y Educación
Universidad Central de Venezuela

“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

RESUMEN

En el presente artículo se exponen las características del método etnográfico para el estudio de las comunidades de aprendizaje. De esta forma se hace posible conocer el estilo de vida de los sujetos que desarrollan actividades de aprendizaje agrupados en 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 describe 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 ethnographic method for the study of the learning communities are exposed. Of this form one becomes possible to know the style life the subjects that develop grouped activities of learning in 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 described to the investigating ethnography 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 methodology 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.

ENFOQUE ETNOGRÁFICO DENTRO DE LA METODOLOGÍA CUALITATIVA

El **método etnográfico** permite describir el estilo de vida de un grupo de personas que generalmente están habituadas a vivir juntas. 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. En la sociedad moderna, una familia, una institución educativa, un aula de clases, una empresa o un hospital, son ejemplos de comunidades sociales que pueden ser estudiadas etnográficamente. También son objeto de estudio etnográfico aquellos grupos sociales que, aunque no estén asociados o integrados, comparten o se guían por formas de vida o situaciones que los hacen semejantes (Martínez Migueles, 2008).

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 (Martínez Migueles, 2008).

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. Para Martínez Migueles (2008), (...) “el todo no se

explica por las partes, sino que son las partes las que, por su inserción en el todo, reciben significado y explicación” (p.34).

ETNOGRAFÍA EDUCATIVA

1. Características

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 p.112). De esta manera su objeto es, “(...) aportar datos descriptivos valiosos de los contextos, actividades y creencias de los participantes en los escenarios educativos (p.112). “La etnografía educativa puede ser definida como el estudio y análisis de las instituciones y los procesos educativos sirviéndose del método etnográfico (...)” (p.112). Además, expresa el mencionado autor que, “La etnografía 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” (p.115).

Existe una diferencia entre la microetnografía y la macroetnografía aplicada a los procesos educativos. La **microetnografía** estudia los procesos y fenómenos culturales que ocurren al interior de las instituciones educativas y que se relacionan con las prácticas cotidianas de maestros y alumnos. En tal sentido, en la organización del tiempo, los espacios, las actividades escolares, las normas y los dispositivos de enseñanza operan permanentemente elementos de la propia cultura educativa que son incorporados y puestos en prácticas por los diferentes actores. La **macroetnografía** estudia las relaciones que se establecen entre las instituciones educativas y los procesos que en ella se dan con otros procesos de tipo estructural. Desde esta perspectiva se

podría dar respuesta al papel que juega la educación en los procesos económicos de una comunidad y al modo en que la educación ejerce un proceso de imposición de pautas culturales diferentes a las pautas de la cultura nativa del sujeto (Yuni y Urbano, 2005).

2. Usos de la etnografía educativa

Yuni y Urbano (2005), citando a Woods (1998), señala algunos usos de la etnografía educativa entre los que se encuentran: lograr una mejor comprensión de los acontecimientos que ocurren en la institución educativa mediante el análisis de los incidentes que ocurren 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.

El carácter flexible que define al proceso etnográfico permite captar información importante (condiciones iniciales, procesos y resultados), lográndose una descripción de los procesos de transmisión y evaluación que se dan en el ámbito del aula y las instituciones educativas (Yuni y Urbano, 2005).

3. Investigador etnógrafo

Para 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.

La etnografía propone una serie de recursos y procedimientos para evitar que el investigador pierda su propia identidad. Estos recursos incluyen, la comparación entre el sistema de creencias personales del investigador sobre la realidad, con las teorías que han estudiado esos fenómenos y la comparación con la producción de otros sujetos. El secreto de la investigación etnográfica radica en la habilidad del investigador para introducirse en un escenario de manera tal que, “(...) 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, p.117).

Para Yuni y Urbano (2005), las posiciones del investigador etnógrafo en cuanto a transferir la teoría elaborada a las comunidades estudiadas varían según el modelo de investigación etnográfica adoptado. La etnografía sistemática y la interpretativa no establecen que el investigador comunique a la comunidad sus descripciones, en tal caso el etnógrafo mantiene una posición ajena a la comunidad. Otras posiciones mantienen, que los resultados de la investigación sean conocidos por los miembros de la comunidad estudiada, de manera que, “(...) los sujetos pueden comprender las determinantes sociales, ideológicas y culturales de sus formas de pensar y actuar en la cotidianidad” (p.118).

PROCESO METODOLÓGICO EN LA ETNOGRAFÍA

1. Desde el punto de vista de Yuni y Urbano

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, estableciendo los procedimientos lógicos, metodológicos y operativo a utilizar. Esta fase contempla la elaboración de un plan inicial 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, p.119). Examina cuáles son los prejuicios y preconcepciones 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, “(...) trata de articular un modelo teórico que de cuenta de las principales dimensiones y del conjunto de propiedades de la situación o del grupo que nos interesa estudiar” (p.121). Adicionalmente el investigador etnógrafo debe prever y planificar cómo se llevará a cabo el trabajo de campo, seleccionar los informantes, 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 investigación etnográfica, “(...) el trabajo de campo es 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, p.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 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.

La tabla 1 resume el proceso metodológico descrito para la investigación etnográfica por Yuni y Urbano (2005).

2. Desde el punto de vista de Martínez Mígueles

“Un investigador etnográfico experto se sentirá incómodo, y hasta ofendido, si le fijaran el problema específico que debe investigar, así como si le señalaran las técnicas que debe utilizar en el estudio” (Martínez Miguélez, 2009, p.190). El investigador debe sentirse libre para descubrir el problema y no obligado a investigar un problema predeterminado. La identificación de un problema requiere cierto tiempo, acumular bastante información, adoptar nuevas perspectivas o cambios en el enfoque, que pudieran incluso hasta variar las hipótesis iniciales. La investigación etnográfica implica cierto riesgo y “(...) más que dirigida hacia la verificación de hipótesis o intuiciones, está orientada hacia el descubrimiento de nuevas hipótesis y teorías” (p.190)..

Martínez Miguélez (2009), citando a Wilson (1997), 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 de 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 Mígueles, 2009, p.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, 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 buen 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 Mígueles, 2009, p.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 Mígueles, 2009, p.198). La confiabilidad se presenta en dos formas, una externa y otra interna. “(...) hay confiabilidad externa cuando investigadores independientes, al estudiar una realidad en tiempo o situaciones diferentes, llegan a los mismos resultados; hay confiabilidad interna cuando varios observadores, al estudiar la misma realidad, concuerdan en sus conclusiones” (p.198). Para alcanzar un buen nivel de confiabilidad externa se recomiendan las siguientes estrategias:

- Precisar el nivel de participación y la posición asumida por el investigador en el grupo estudiado.
- Identificar claramente a los informantes.
- Especificar el contexto físico social e interpersonal donde se recogen los datos.
- Establecer las terminologías y métodos de análisis a utilizar.
- Precisar los métodos de recolección de información y su análisis.

Para reducir las amenazas que se presentan a la confiabilidad interna se recomienda:

- Utilizar categorías descriptivas lo más concretas y precisas posibles.
- Utilizar la presencia de varios investigadores lo cual equilibra las observaciones, los análisis y la interpretación.
- Pedir colaboración a los sujetos informantes para confirmar la objetividad de las notas de campo.
- Utilizar todos los medios técnicos disponibles en la actualidad para conservar la realidad observada.

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 Mígueles, 2009, p.200). Este hecho constituye la validez interna, la validez externa “(...) consiste en averiguar hasta qué punto las conclusiones de un estudio son aplicables a grupos similares” (p.200).

La seguridad de 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, 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 e incorporar en el proceso de análisis una continua actividad de retroalimentación y reevaluación. Sin embargo es necesario tener en cuenta algunos problemas y dificultades que se pueden presentar durante el proceso de investigación como son:

- Puede existir un cambio notable en el ambiente estudiado entre el principio y el final de la investigación.

- Es necesario precisar bien hasta qué punto la realidad observada es producto de la posición, el estatus y la función que el investigador ha asumido dentro del grupo.
- Es necesario precisar la credibilidad de la información obtenida.

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.

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 la misma clase 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, p.203) en la medida que sus conclusiones se comparan y contrastan entre sí y con otros estudios.

La tabla 2 resume el proceso de investigación etnográfica según Martínez Miguélez (2009).

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

“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”.

Christine Hine

1. 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 etnógrafo virtual 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).

La idea de aplicar métodos etnográficos a la comprensión de los entornos virtuales se hicieron populares en los primeros días de la creación de Internet durante la década de 1990. Nancy Baym fue particularmente influyente en promover una visión de los entornos en línea como sitios potencialmente ricos para la interacción social. 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 (Miller, 2000).

Además de poder documentar las características distintivas de las culturas en línea, una dimensión aún más importante de la virtualidad etnográfica ha sido la reflexión y la comprensión de los procesos sociales en línea, así como poder determinar cómo el etnógrafo logra su presencia en el entorno virtual. Annette Markham escribió su propia experiencia de entrevistar a la gente en línea llegando a la conclusión que Internet podía ser una herramienta para conocer la manera de ser de los miembros de la comunidad. Este estilo de la etnografía se centra especialmente en las preocupaciones de cada uno de los miembros de la comunidad, su identidad y su presencia en el mundo virtual (Miller, 2000).

Para Ferrada (2006), Internet tiene consecuencias importantes sobre la relación del individuo con la tecnología y sobre las relaciones sociales que se construyan 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.

Para Ferrada (2006), 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” (p.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?

2. 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 pueden ser analizados 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 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).

Caracterizar los grupos de noticias como comunidades de pleno derecho ha sido decisivo para profundizar en el concepto de comunidad. Según Hine (2009), citando a Jones, 1995 y Watson, 1997, “Las investigaciones sobre estos entornos virtuales han sido promotoras de una nueva definición de “comunidad” que se sustenta más en las prácticas compartidas que en las condiciones físicas” (p.31). A pesar de las críticas que sugieren que tales formaciones distan de constituir una comunidad en su acepción general, ya que cualquiera puede finalizar una sesión pulsando sólo un botón, existen señalamientos contrarios como los realizados por la mencionada autora, citando nuevamente a Watson (1997), cuando señala que “(...) hablar de los grupos de noticias como comunidades suena bien a los oídos de etnógrafos y de los participantes, pero que tal término cuenta con un bagaje cultural mucho más amplio (...) dedicarnos a discutir si las formaciones sociales generadas *online* se corresponden o no a los procesos sociales convencionales, puede distraernos del estudio sobre aquello que acontece en la Red en sus propios términos” (p.31).

3. Identidad y engaño en las comunidades virtuales

La **identidad** para Smich (2003), “(...) 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” (p.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. “Además los habitantes de este espacio impalpable son difusos, están libres del ancla unificadora del cuerpo. Uno puede tener, según han dicho algunos, tantas personalidades electrónicas como el tiempo y la energía le permitan crear” (p.51).

Para Smich (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.

Para Hine (2009), hay quienes al observar que las personas juegan con su identidad en entornos virtuales, infieren que las tecnologías por sí solas causan transformación en la identidad. Con anterioridad estas mismas personas afirmaban que la tecnología era un medio empobrecedor de la comunicación. Sin embargo, en la actualidad la opinión generalizada se enfoca hacia considerar los entornos virtuales como generadores de ricas formaciones sociales y de fragmentación de la identidad, enfatizando que a pesar que las comunidades pueden fracasar o fungir como espacios de fragmentación y de no cohesión, también pueden ser espacios donde las personas encuentren estabilidad y sustentabilidad en el tiempo.

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” (Smich, 2003, p.72).

4. Perspectivas metodológicas dentro de las comunidades virtuales

Para Hine (2009), 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” (p.33). En un entorno virtual 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?” (p.33).

Según Hine (2009), las instancias breves, citando a Mitra (1996), las muestras restringidas, citando a Phillips (1996), y los análisis retrospectivos, según Aycock y Buchignani (1995), 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), citando a Baym (1995 y 1998) y Correll (1995), 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 etnográfico 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, 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.

La vigencia y popularidad del enfoque etnográfico para comprender el comportamiento de las comunidades virtuales se debe a la facilidad de acceso en este campo de estudio de los académicos, cada vez más sujetos a escritorios para desarrollar sus investigaciones, resultándoles difícil encontrar el tiempo necesario para realizar estancias prolongadas en lugares físicos para plasmar el trabajo de campo etnográfico Hine (2009).

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. Ambos aspectos de no ser tratados consecuentemente pueden acarrear problemas éticos Hine (2009).

Hine (2009), hace referencia a que el investigador en contextos reales es extraño que revele la identidad de algún informante por temor a causarle algún prejuicio público. Extrapolando este principio al contexto virtual “(...) los investigadores suelen cambiar los nombres de los usuarios, así como algunos rasgos que los identifiquen, con el objeto de evitar consecuencias inesperadas” (p.36).

4. Principios de la etnografía virtual

Dentro de los principios de la etnografía virtual, Hine (2009) enumera los siguientes:

- a. La presencia del investigador etnógrafo en el campo de estudio unido al compromiso profundo con la vida cotidiana de los habitantes de la comunidad bajo estudio proporcionan lo que se conoce como conocimiento etnográfico. Utilizar Internet como forma de comunicación, como objeto dentro de la vida de las personas y como lugar para el establecimiento de comunidades, permite estudiar su modo de vida, su comportamiento ante determinados hechos, sus costumbres, sus necesidades y sus valores, entre otros.
- b. Los medios interactivos, como Internet, desafían a los investigadores y le dan la oportunidad de hacer etnografía, sacando a relucir lo relativo al sitio de interacción. El ciberespacio no tiene que ser visto como un lugar apartado de la vida real o de la interacción cara a cara, ya que Internet se conecta con los entornos físicos que facilitan su acceso permitiendo la adquisición, el aprendizaje y la incorporación en diferentes espacios de acceso.
- c. El crecimiento de las interacciones mediadas por Internet invitan a reconsiderar la etnografía ligada a algún lugar en concreto o incluso a múltiples espacios a la vez. Más que multisituada podría pensarse en una etnografía de la interacción mediada como fluida, dinámica y móvil.
- d. La etnografía virtual permite replantear el concepto de campo de estudio centrándolo en los flujos y las conexiones en vez de en las localidades y los límites como principios organizadores.
- e. Los límites del estudio etnográfico no son asumidos de antemano sino que se exploran en el curso del mismo. El reto es precisamente examinar cómo se

configuran los límites y las conexiones, especialmente entre lo virtual y lo real, pudiendo determinar con exactitud cuándo detenerse o hasta dónde llegar. El mismo objeto etnográfico puede reformularse con cada decisión o cambiar ante una nueva información, que pudiera conducir a establecer una nueva conexión o revisar los pasos que se han dado hasta ese momento del desarrollo.

- f. La implicación personal con contextos mediados por Internet se entremezcla con interacciones en otras esferas y otros medios, tanto el etnógrafo virtual como los participantes en el estudio conviven entre varias actividades dentro de las que se incluyen las actividades fuera de línea.
- g. Las descripciones etnográficas son parciales y se basan en ideas de relevancia estratégica para el análisis y no en representaciones fieles a realidades que pudieran considerarse como objetivas.
- h. El etnógrafo virtual tiene que inmiscuirse personalmente de manera intensa en la interacción mediada. El compromiso que el etnógrafo adquiera con el medio constituye una valiosa fuente de reflexión, lo cual resultará muy útil a la hora de extraer información del informante de una manera reflexiva. El etnógrafo interactúa con la tecnología y con el informante, obteniendo como resultado la información requerida para el estudio.
- i. Las nuevas tecnologías permiten que tanto los informantes como el investigador aparezcan dentro o estén ausentes de la etnografía. La tecnología facilita que las relaciones etnógrafo-informantes puedan desplazarse o sostenerse a través de diferentes divisiones espaciales y temporales.
- j. La etnografía virtual no es sólo virtual por el hecho de carecer de contacto físico. La idea de la virtualidad también puede ser “casi” y no completamente adaptándose al propósito práctico y real que se producen al explorar las

interacciones mediadas, siendo necesario establecer comprobaciones físicas de la información que se va obteniendo.

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, siendo 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.

En el artículo 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.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ARDÉVOL, E.; BERTRÁN, M.; CALLÉN, B. Y PÉREZ, C. (2003). Etnografía virtualizada: la observación participante y la entrevista semiestructurada en línea. *En Revista: Athenea digital*. Número 3.
- CHISNALL, P. (2001). Virtual ethnography. *En Revista: International Journal Market Research*. Volumen 43. Número 3: 354-356.
- FERRADA, M. (2006). Etnografía un enfoque para la investigación de weblogs en biblioteconomía y documentación. *En Revista: Biblio de Bibliotecología y Ciencias de la Información*. Volumen 7. Número 23.
- HINE, C. (2009). *Etnografía Virtual*. Barcelona: UOC.
- MARTÍNEZ, M. (2008). *La investigación cualitativa etnográfica en educación. Manual teórico-práctico*. Distrito Federal: Trillas.
- MARTÍNEZ, M. (2009). *Ciencia y arte en la metodología cualitativa*. Distrito Federal: Trillas.

MILLER, D.Y SLATER, D. (2000). *Internet: Un enfoque etnográfico*. Oxford, UK: Berg.

SMICH, M. Y KOLLOCK, P. (2003). *Comunidades en el ciberespacio*. Barcelona. UOC

YUNI, J. Y URBANO, C. (2005). *Investigación Etnográfica. Investigación – Acción. Mapas y herramientas para conocer la escuela*. Córdoba: Brujas.

Tabla 1
Proceso metodológico en la investigación etnográfica

Fases del proceso metodológico	Características
Preparatoria o de diseño	<ul style="list-style-type: none"> - Predomina el trabajo de escritorio. - El investigador adopta una serie de decisiones que remiten a cuestiones epistemológicas y estratégicas. - El investigador define el tema o situación que le interesa estudiar, se plantea algunas interrogantes, formula objetivos, construye un modelo conceptual mínimo que le permita abordar el trabajo de campo y adopta un conjunto de decisiones acerca del cómo resolverá su problema de investigación, estableciendo los procedimientos lógicos, metodológicos y operativos que utilizará. - Se dan las primeras ideas acerca de un plan de trabajo que se va construyendo a lo largo de la investigación. - El investigador para pasar a la próxima fase debe decidir cómo llevará a cabo el trabajo de campo, cómo seleccionará a los informantes y cómo accederá al campo.
Trabajo de campo	<ul style="list-style-type: none"> - Esta fase coincide con la dimensión de las 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. - El etnógrafo selecciona y utiliza los instrumentos de recolección de información que le resulten más convenientes y le ofrezcan mejor información. - El etnógrafo describe, traduce, explica e interpreta la realidad observada.
Informativa	<ul style="list-style-type: none"> - Esta fase consiste en la elaboración de materiales de difusión de los resultados obtenidos en el trabajo de campo. - Predomina el trabajo de escritorio.

Fuente: Elaboración propia apoyada en Yuni y Urbano (2005)

Tabla 2
Proceso de investigación etnográfica

Fases del proceso de investigación etnográfica	Características
Determinación del nivel de participación	<ul style="list-style-type: none"> - El propósito final de esta fase debe ser lograr que la comunidad contribuya con la información que el etnógrafo debe recolectar. - En todo momento el etnógrafo tratará de lograr un ambiente favorable que logre ser bien visto por los miembros de la comunidad. No se trata de tener un contacto esporádico con la gente, aplicar un cuestionario o hacer un entrevista ocasional y retirarse, sino se trata de introducirse y participar en el seno de la comunidad para que sus miembros lleguen a confiar en él, a compartir sus ideas y por tanto a responder sus preguntas
Recolección de información	<ul style="list-style-type: none"> - En esta fase 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. - Resulta relevante 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, conducta no verbal asumida mediante gestos, posturas y mímicas, entre otras, patrones de acción y no acción como comportamiento o pasividad y 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.
Nivel de objetividad, confiabilidad y validez	<p>Objetividad</p> <ul style="list-style-type: none"> - La objetividad de las investigaciones etnográficas depende de su enfoque fenomenológico, la selección cuidadosa de las muestras que se estudian, la empatía que se logra con los sujetos, su buen nivel de confiabilidad y validez. - El enfoque fenomenológico considera que lo importante de las acciones humanas 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

	<p>capaces de brindar la información que se necesita.</p> <ul style="list-style-type: none"> - El investigador debe lograr un alto grado de empatía con los miembros de la muestra seleccionada, que le permita no sólo interpretar la información obtenida sino además comprender los significados ocultos o no expresados por los miembros de la muestra seleccionada. <p>Confiabilidad</p> <ul style="list-style-type: none"> - Una investigación con buena confiabilidad es aquella que es estable, segura, congruente, igual a sí misma en diferentes tiempos y previsible para el futuro. - 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. Existe confiabilidad interna cuando varios observadores, al estudiar la misma realidad, concuerdan en sus conclusiones. <p>Validez</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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. - La seguridad de 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 la recolección y análisis de la información se utilizan procedimientos que implican vivir entre los sujetos participantes en el estudio, recoger los datos durante largos períodos, 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 e incorporar en el proceso de análisis una continua actividad de retroalimentación y reevaluación.
Análisis de los datos	<ul style="list-style-type: none"> - El investigador etnógrafo utiliza teorías paralelas a la suya para la interpretación y comprensión de los datos y compara sus hallazgos con los de otros investigadores para corroborarlos y contrastarlos. - Utiliza un conjunto de técnicas para el análisis de los datos entre las que se encuentran: procesos inductivos y deductivos, modelos de procesos, exámenes comparativos de inducción analítica, técnicas de comparación constante, análisis tipológicos, sistemas enumerativos y protocolos estandarizados.

Generalización de los resultados	<ul style="list-style-type: none">- 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 la misma clase de actividades.- Los trabajos etnográficos contribuyen en la búsqueda de las más amplias regularidades de la conducta humana, en diferentes culturas o grupos ambientales, en la medida que sus conclusiones se comparan y contrastan entre sí y con otros estudios.
----------------------------------	---

Fuente: Elaboración propia apoyada en Martínez Miguélez (2009)

CURRÍCULUM VITAE

Prof. Sergio Teijero Páez

Ingeniero Electricista y Especialista en Automatización. Candidato a Doctor en Educación Profesor Agregado de la Escuela de Bibliotecología y Archivología de la Facultad de Humanidades y Educación de la UCV. Profesor de las asignaturas obligatorias Introducción a las Tecnologías de Información y Comunicación, Aplicaciones de las Tecnologías de Información y Comunicación en Unidades y Servicios de Información y Gestión del Conocimiento e Inteligencia Tecnológica, así como de los talleres E-Learning y Entornos Virtuales de Información y Comunicación en Unidades de Información. Su línea de investigación se ubica en los Entornos Virtuales de Enseñanza y Aprendizaje, tema que constituye su Trabajo de Tesis Doctoral en Educación. Ha participado en veinte (22) eventos científicos presentando 17 ponencias. Ha publicado veinticinco (25) artículos en revistas nacionales e internacionales y cinco (5) libros de texto de apoyo a la docencia.

Dirección: Escuela de Bibliotecología y Archivología. Facultad de Humanidades y Educación. UCV. Correo electrónico: steijero@cantv.net / steijero@gmail.com.
Teléfono celular: (0416)6335561.