

V Jornadas de sociología de la UNLP y I Encuentro Latinoamericano de Metodología de las Ciencias Sociales

“Cambios y continuidades sociales y políticas en Argentina y la región en las últimas décadas. Desafíos para el conocimiento social”

La Plata, 10, 11 y 12 de diciembre de 2008

Ponencia

Por una Etnografía Virtual

O, ¿cómo hacemos Antropología sobre y a través de Internet?

Vázquez, Jimena S.

Profesora en Cs. Antropológicas

FFyL, UBA

jipimepe@gmail.com

Palabras clave: *Antropología, Weblogs, Etnografía Virtual*

Introducción

En esta oportunidad introduciré algunos aspectos centrales de mi proyecto de tesis de Licenciatura. Principalmente plantearé algunos problemas teórico-metodológicos que se presentan al analizar los nuevos fenómenos sociales y culturales que suceden en y a través de Internet.

El mismo tiene por objetivo principal investigar la aparición de weblogs en diarios digitales de Capital Federal y su impacto en la vida cotidiana de los sujetos, al surgir como nuevos espacios de socialización/ participación/ interacción entre los “bloggers” y los “lectores”. Es decir, pretendo analizar a lo largo de mi investigación dos puntos fundamentales: las interacciones que se dan en estos espacios entre los diferentes “usuarios”; y los procesos que llevan a la constitución de la(s) subjetividad(es).

La incorporación de weblogs en diarios digitales es un fenómeno que se está incrementando rápidamente. Según dos bloggers de Clarín.com, la incorporación de estos “sitios” en los diarios digitales se debe a cuestiones referidas a estar actualizados en la Red y por lo tanto ser partes de estos nuevos fenómenos que se están llevando a cabo en la misma. Para Lassica, la incorporación de estos espacios en los medios digitales se produce para “ampliar la agenda, aumentar la confianza de sus lectores y construir comunidad” (Lassica, en Noguera Vivo, 2008).

“Con aciertos en unas pocas excepciones y con errores en la gran mayoría de los casos, los blogs de medios siguen siendo más la adopción de una etiqueta de moda que otra cosa” (Noguera Vivo, 2008: 2).

Como establece Irene Rengel López, el paso de los *mass media* “tradicionales” a un nuevo formato digital impulsó en los primeros una serie de cambios que llevaron a la incorporación de características propias de la Red tales la “multimedialidad, hipertextualidad, interactividad, instantaneidad y universalidad” (Rengel López, 2005). Los weblogs, a partir de los comentarios permiten un diálogo entre el autor y el lector, diálogo que antes no existía en los medios “tradicionales”. Según la autora, ante esta nueva posibilidad de diálogo, varios autores se han referido a la idea “periodismo participativo” en el cual, la producción de la noticia se da a partir de una “conversación entre periodistas profesionales y ciudadanos” (Rengel López, op cit.).

A partir de la expansión y generalización de este fenómeno a finales de la década del noventa han aparecido investigadores sociales de diferentes disciplinas que se propusieron analizar los weblogs y las consecuencias sociales, culturales, identitarias, etc., que tienen los mismos en los usuarios.

En este sentido, desde la Antropología, surgieron nuevas propuestas teórico-metodológicas como la llamada **Etnografía Virtual**, que retoma a la Etnografía para pensar estos procesos analizando la vida cotidiana de los “internautas” en el ciberespacio. Como veremos, esta nueva metodología propone una transformación reflexiva del método etnográfico de investigación “tradicional”, así como la revisión y el replanteamiento de supuestos epistemológicos-metodológicos que sostienen la propia relación con la tecnología.

En este trabajo pretendo entonces dar cuenta de los problemas epistémico-metodológicos que fueron surgiendo, y aún permanecen, en mi intento por analizar las interacciones que se dan entre diversos actores en estos nuevos espacios, los weblogs. En particular indagaré los aportes que brinda la Etnografía Virtual para hacer Antropología sobre Internet y a través de ella.

La Etnografía Virtual

Con el comienzo de este trabajo, una de las principales cuestiones que surgieron fue cómo hacer Antropología sobre y a través de Internet, es decir, una investigación mediada por una computadora. Principalmente, aparecía el problema sobre cómo aplicar la etnografía en este nuevo espacio.

La necesidad de llevar a cabo este enfoque metodológico se debía a que es un “enfoque descriptivo, analítico y reflexivo” que permite una “construcción teórica de la realidad a través de la observación y la experiencia”, siendo el etnógrafo el “agente principal de la investigación” (Ferrada, 2006: 7). Es decir, porque al partir de una modalidad teórico-metodológica cualitativa, la etnografía aparecía como el método más apropiado para realizar mi investigación.

En general, la noción de etnografía se refiere al proceso de investigación antropológico sobre “realidades sociales delimitadas en tiempo y espacio” y el producto que proviene de éste, es decir, “la descripción de la particularidad” de esas realidades (Rockwell, 1987). La construcción del conocimiento acerca de las realidades sociales a partir del trabajo de campo, o sea, la permanencia prolongada del investigador en el lugar donde se realiza el análisis, ha sido uno de los pilares de las investigaciones en Antropología, dado que facilita/posibilita las interacciones entre el etnógrafo y los sujetos, así como una comprensión/interpretación por parte del primero de las prácticas y representaciones de los últimos.

En la tradición del trabajo de campo antropológico, la participación del investigador aparecía como la técnica fundamental para poder observar los hechos cotidianos. En Malinowsky (1986) por ejemplo, la observación participante es más observación que participación, de hecho, su idea de participación tiene que ver con asentarse en la sociedad a estudiar, residir en el campo. El “estar allí” garantizaba el conocimiento de la “cultura nativa”. Así, la participación era una exigencia para la observación. La antropología clásica veía la presencia del antropólogo como problemática, por lo que se sostenía la permanencia prolongada para anular dicho efecto. Para la antropóloga Bohannan (1993), sin embargo, la participación es algo más que establecerse en una comunidad y observar la vida cotidiana; importa el involucramiento del investigador y cómo esto afecta a la investigación. Participar tiene más que ver con establecer un diálogo con el otro.

Como establecen Batallán y García, en tanto *“los sujetos son activos realizadores del mundo social, no es posible pensar en el dato como una información posible de ser captada directamente, ni tampoco como una construcción del investigador con exterioridad a la situación misma en la que ésta ha sido recogida”* (Batallán y García, 1990: 85).

De esta idea se desprende la cuestión de la co-participación entre el investigador y los actores en la investigación. Es decir, la reflexividad y la atribución de significados en dicho proceso se da en ambos sujetos. Esta propuesta es relevante para pensar el rol del antropólogo en la investigación sobre Internet y su interacción con los usuarios, en el caso de los análisis acerca de los blogs, con los bloggers y los “lectores”. Por ejemplo para llevar a cabo mi investigación sobre las relaciones que se dan entre distintos sujetos en estos espacios es que decidí poseer mi propio blog en un diario digital (Clarín.com). Más adelante explicitaré mi primera experiencia en el campo, es decir, mi experiencia siendo blogger.

En la investigación etnográfica por lo tanto, “se intentan construir relaciones o procesos de valor más general” que buscan “articular y explicar los sucesos particulares y su variación” (Rockwell, op. Cit.: 25), el producto de la etnografía resulta así en una “descripción densa” (Geertz, 1987) siempre orientada por una teoría. La misma se basa en diferentes técnicas: la observación participante, la entrevista informal y semi estructurada, y las historias de vida.

Según Ferrada, la etnografía *“se caracteriza por dos etapas diferenciadas, la experiencia, producción de material empírico, y la reflexión analítica, o momento en el que nuestra actividad de investigación se centra en la producción de categorías para el análisis”* (Ferrada, op. Cit.: 7).

Ahora bien, como dije antes, mi problema surgía al pensar la forma de aplicar este enfoque en el “ciberespacio”¹. En general, pensar en el ciberespacio nos lleva imaginar

¹ El ciberespacio es entendido por Faura i Homedes como un nuevo escenario social, *“un espacio metafórico, espacio de comunicación, abierto por la interconexión mundial de los ordenadores”* (Levy, en Faura i Homedes, “Cibercultura, ¿realidad o invención?:1).

un mundo nuevo, paralelo, creado y mantenido por las tecnologías, en especial las computadoras, y las líneas de comunicación del mundo “real”. Es decir, no podía “viajar” al campo y tampoco interactuar con los sujetos de forma presencial, ambos aspectos que forman parte de la etnografía.

Por lo tanto, luego de una búsqueda bibliográfica extensiva, decidí llevar a la práctica una nueva forma metodológica que propone la antropóloga española Elizenda Ardévol, la Etnografía Virtual.

Para la autora, la Etnografía Virtual es una *“adaptación de la metodología etnográfica al estudio de las interacciones o prácticas sociales y culturales relacionadas al uso y producción de Internet”* (Ardévol y Estalella, 2007: 3).

Esta manera de hacer etnografía combina las técnicas de la Etnografía y la aparición de un nuevo espacio dado a través de Internet. Como establece Estalella (2005), en los últimos años, la etnografía debió ampliar su campo de estudio al análisis de las interacciones que se estaban dando en Internet. La misma no sólo permite un intercambio generalizado y en cierto sentido global de la información, sino que ha permitido la emergencia de nuevas formas de relación social, de comunidades “virtuales” y de enclaves para la acción colectiva (como los blogs que denuncian el mal servicio de los transportes, y los que agrupan a diferentes usuarios y realizan convocatorias de diversa índole) (Ardévol, 2002). Lo interesante de emplear esta metodología es poder lograr analizar los usos de Internet, las prácticas sociales que se producen en este espacio y cómo éstas son interpretadas por los usuarios. La etnografía en línea, en pocas palabras, se caracteriza por la observación participante y la realización de entrevistas “en línea” a los usuarios del ciberespacio.

Podemos decir que lo propio de la etnografía virtual es que todo el proceso de investigación se encuentra mediado por la computadora (Ardévol, 2003). Para Ardévol, esta mediación técnica es a la vez una ventaja y desventaja de la etnografía virtual. Ventaja en tanto dicha mediación “es constitutiva de la interacción observada, y, además, no hay distancia o transformación aparente entre el comportamiento y su registro” ya que ambos son textuales; y desventaja porque puede pensarse “que no hay

ningún proceso de abstracción y de traducción entre el comportamiento observado y el dato registrado” (Ardévol, op.cit.).

En este sentido resulta importante retomar la propuesta de Estalella acerca de pensar en la imposibilidad de separar lo tecnológico de lo social, lo virtual de lo real, debido a que “lo técnico está socialmente construido, y lo social está técnicamente construido” (Bijker, citado en Estalella, 2005: 5). Para el autor, los usuarios le dan sentido a las tecnologías a partir de sus prácticas, y en tanto son interpretadas por los mismos. Por lo tanto, el investigador debe analizar las formas en las que las tecnologías son usadas y significadas por los sujetos desde sus interacciones.

La práctica multi-situada

Por otro lado, teniendo en cuenta que mi investigación va más allá de las interacciones que se dan en la Red, o sea, en la vidas cotidianas de los sujetos por fuera de ésta, es que surge la necesidad de incorporar la idea de George Marcus sobre la Etnografía Multi-situada dado que la misma “investiga y construye etnográficamente el mundo de las vidas de los sujetos situados de modo diverso y los aspectos del sistema mismo por las asociaciones y conexiones que sugiere entre sitios” (Marcus, 1995: 1). La relevancia de esta propuesta reside en que implica llevar el trabajo de campo más allá de un lugar delimitado por el territorio. Como expresa el autor, la etnografía “tradicional” necesita encontrar nuevas formas de asociación y conexión donde las “preocupaciones cotidianas” de la misma puedan continuar existiendo en espacios con configuraciones diversas.

“En la etnografía multi-situada, la comparación surge de hacer las preguntas a un objeto de estudio emergente cuyos contornos, sitios, y relaciones no son conocidos de antemano, sino que son en sí mismos una contribución a una presentación que tiene diferentes emplazamientos de investigación del mundo real conectados de una manera compleja” (Marcus, op cit.)

De esta manera, mi proyecto intenta desarrollar una modalidad de investigación que combina la etnografía virtual, la etnografía clásica, es decir, “cara a cara”.

Así, en primer lugar, he llevado a cabo varios tipos de entrevistas con bloggers de distintos diarios digitales. Entrevistas semiestructuradas “cara a cara” con bloggers de Clarín.com; entrevistas a través de mails dado que ante mi solicitud de tener una entrevista me dijeron que les mande las preguntas que yo quería hacerles por esta vía; y entrevistas a través del msn².

Para definir entrevista me parece apropiado citar a Rosana Guber *“Entendida como relación social a través de la cual se obtienen enunciados y verbalizaciones, es además una instancia de observación, al material discursivo debe agregarse la información acerca del contexto del entrevistado, sobre sus características físicas y su conducta”* (1991: 205).

Esta idea acerca de la entrevista como relación social es la que guiaba mis entrevistas, por lo tanto, las preguntas que formulaba buscaban que mis interlocutores pudieran “expandirse” en sus comentarios, así como pretendía lograr una situación de diálogo “distendida”. Cabe destacar, que en general, las entrevistas “cara a cara” fueron realizadas en “bares” de la Ciudad de Buenos Aires.

En segundo lugar, leo periódicamente los blogs de los diarios digitales. Y en tercer lugar creé mi propio blog en la comunidad de Clarín.com, es decir, experimento lo que es tener un blog e interactuar con otros bloggers y lectores. De todas, esta última es la experiencia que considero más rica debido a que me permite observar/participar de las negociaciones y relaciones que se producen en estos espacios.

La experiencia de “ser blogger”

La idea de tener mi propio blog surgió luego de tener una entrevista con una blogger de Clarín.com. Ella me propuso que creara mi propio espacio para que pueda entender lo que me explicaba. Así lo hice. Abrí mi blog en la comunidad de Clarín.com porque quería ver cómo era la dinámica de la comunidad. Lo propuse como un blog cuya finalidad era la investigación del mismo y de lo que sucedía en la blogosfera, por lo que cualquier persona que lea mi blog sabe que es una forma de hacer investigación (todo blog posee un espacio en el cual el autor explica la funcionalidad del weblog o los

² MSN es una sigla que significa mensajería instantánea otorgada por el servidor Hotmail.

motivos por los cuales lo creo). En este sentido, Ardévol y Estalella (2007) plantean la necesidad de que los sujetos que participen de la investigación sobre y a través de Internet sepan que los investigadores estamos allí; o sea, establecen la pertinencia de desarrollar a lo largo de una etnografía virtual una perspectiva ética que sea dialógica. Es decir, mientras en el trabajo de campo clásico el etnógrafo estaba presente (físicamente), en la investigación sobre la Red, el investigador puede pasar sin ser conocido. De este modo, los autores proponen informar a los diversos actores con los cuales se interactúa, por ejemplo en las entrevistas por mail y por MSN. En este sentido, cuando yo buscaba interactuar con los bloggers les comunicaba por mail el objetivo de mi investigación y por ende mi necesidad de poder hablar con ellos. Esta situación implica una serie de decisiones éticas que toma el investigador al momento de realizar el trabajo analítico.

“Las decisiones éticas deben orientarse, en nuestra consideración, desde el conocimiento de la perspectiva del otro. Y ante cualquier duda, la mejor opción es ir y preguntar, es la solución más clara siempre que sea posible” (Ardévol y Estalella, op. Cit.: 8).

En cuanto a las decisiones que tomé para crear mi blog, la primera cuestión que surgió fue como iba a darme a conocer ante la comunidad. Decidí no poner mi nombre sino utilizar un nick³ con el cual firmo los post y comento en otros blogs (en general son poco los bloggers que ponen un nombre en el blog de la comunidad, mientras que los bloggers de las personas que trabajan para los diarios sí tienen su nombre “real” completo así como su profesión. Esta “veracidad” de los datos personales es clave para muchos investigadores, como Estalella, porque establecen que para los lectores de los weblogs, conocer quién escribe en un blog le da al mismo un mayor reconocimiento y por lo tanto mayor validéz).

Una vez creado el blog, las dificultades que se me presentaron fueron muchas, entre las que destaco: la sensación de tener que “postear” algo de manera muy periódica para de esa forma aparecer en la página central de la comunidad.

³ Apodo

En la comunidad de Clarín.com los weblogs están separados por temas, cada tema se halla en una pestaña particular, en mi caso, primero tuve el blog en la sección de medios, pero después lo cambié a la de cultura. En cada pestaña/tema aparecen los posts publicados en los diferentes weblogs que participan de esa sección en orden cronológico, o sea, los últimos publicados son los que se visualizan arriba de todo, por lo que los más actuales son leídos por cualquier persona que ingrese a la pestaña del tema elegido. Esto conlleva a la necesidad (en caso de querer ser leído/reconocido por otros bloggers y lectores) de postear constantemente lo que además estaría implicando una especie de competencia entre los autores por aparecer en primer lugar. Y como yo no lo hacía muy a menudo, mis posts no tenían muchos comentarios, y este es otro de los problemas que tuve (y lo hago ahora) con el blog. Para conocer la opinión de otros bloggers sobre este tema, decidí elaborar un post que terminaba preguntándoles a mis lectores cómo hacían para postear permanentemente.

“No sé cómo hacen los demás, te puedo hablar de mi caso en particular. Yo me despierto por las mañanas y siento que tengo ganas de contar algo, entonces busco el modo o el acomodo de las letras, los textos, eligo una historia, propia o de otros todo es válido para intentar contar algo...ese es mi mecanismo, supongo que cada uno tendrá el propio. Espero haberte respondido la pregunta, cualquier consulta dirigirse a: Trogloditas.com.ar jajajajaj CARIÑOS.LADY-“ (de Lady).

“YYY...que onda?? no postear más o ya moriste?? Besotes.” (de Lady, un día después del comentario anterior).

La publicación periódica es un aspecto más que hace al dinamismo de los comentarios, cuanto más cantidad de comentarios tenga un post más reconocimiento tiene el autor (además, los posts que tienen más comentarios aparecen en la sección principal de los blogs de Clarín por lo que cualquier lector puede acceder a los posts de la comunidad blog). En general, los comentarios son realizados por otros bloggers y es, en las interacciones entre ellos, que se configura el blog como un espacio de negociación permanente. En mi caso, bloggers que comentaban algún post que publicaba terminaban instándome a que yo lea sus sitios, y muchas veces se produce lo inverso, cuando yo comento algún post que me parece interesante, enseguida me llega un comentario del

autor de la publicación que comenté agradeciendome que haya leído su blog y realizando un comentario sobre alguna de mis publicaciones. Es decir, surge una especie de feedback o, mejor dicho, se establece una relación de reciprocidad entre los bloggers. A continuación, tres citas de comentarios que hicieron a mis post sobre cómo me costaba mantener el blog:

“Mirá, hace pocos días tengo este blog. Tengo una nota sobre bloguar en mi sitio, que refleja un poco esto que preguntas. Si querés llela, espero tu comentario- saludos” (de Carmen l-l)

“hola, me parece que es diferente experimentar con los blogger a experimentar siendo blogger. Es verdad que lleva mucho trabajo, pero el objetivo que planteaste desde el principio es un poco ficticio y con siete post dejados al azar durante un mes seguro no verás ningún resultado. Estamos en una sociedad de consumo, y para atraer clientes lo principal es la propaganda, nadie busca temas en una comunidad de blogs y así te descubren; sales a vender tu producto (el que sea) y allí aparecen los contactos. Es similar a un club, si no te acercas a conversar a los grupos, nadie te pesca; quizás se te acerquen los más plomos que no encuentran a nadie que les lleve el apunte. Ya terminaste el paso uno que fue lanzar post para ver si te leen, ahora estas comenzando el paso dos que es salir a buscar lectores.” (de H Errante)

“Hola! mira, tambien tenes que darte a conocer, y comentar en otros blogs, para que la gente acceda al tuyo, y vea si quiere agregarte para leerte.” (de Hechicera)

“Es que dependiendo de lo que hables te va a postear mas o menos gente ... Yo defiendo a mi TIA KRISSS ... pero no se por que .. los anti K son redulcesss conmigo .. y los K me putean ... Si posteas cosas privadas a veces tenes mas llegada al publico .. otras menos... Si posteasde politica ..agarrate .. podes tener muchos posts pero es bien duro .. Mi prima Mikka tiene blogs de cine e igual a veces la insultan cuando no les gusta

la critica que ella hizo de una pelicula... Esto es la net .. hay mucha gente agresiva suelta .. Suerte!!! BESITOS K !!!!!!!!!!!” (de gimena-fernandez).

Otras veces, cuando algún autor es agredido por alguien “de afuera” (en general una persona anónima) los demás bloggers (que casi siempre figuran como “amigos”) salen en defensa del autor agredido. Esta situación también se produce en algunos weblogs de bloggers de Clarín.com pero quienes defienden al autor no son los demás bloggers sino los lectores del blog, que terminan formando una comunidad de lectores del blog tal.

Estas son algunas de las problemáticas que surgieron en mi intento por ser blogger. Esta experiencia de poseer mi propio weblog en un diario digital me abrió la posibilidad de conocer las diversas formas de interacción entre bloggers y entre bloggers y lectores, posibilidad que no hubiera tenido de no tener mi propio espacio.

Conclusión

Estas ideas epistémico-metodológicas son relevantes para el análisis de las relaciones sociales que se dan en torno a los weblogs siendo que son “espacios personales de comunicación” basados en “la comunicación textual”, y en “mecanismos y prácticas conectivos” que producen en los usuarios una “sensación de que existe un espacio de comunicación compartido” (Estalella, La construcción de la blogosfera).

Como propone Noguera Vivo, con la expansión de los weblogs se generalizó, para todas las personas que accedían a la Red, la posibilidad de publicar contenidos en la misma. A diferencia de otros espacios en Internet, como las páginas web, manejar un blog es relativamente fácil, rápido y sencillo. Esta maleabilidad de los weblogs hizo que su generalización sea vertiginosa.

Según Estalella, estos espacios poseen tres elementos constitutivos: la periodicidad de las publicaciones, los comentarios y los hiperlances o *links*. Estos últimos permiten a los bloggers mantener un “diálogo deslocalizado” entre sí, debido a que a través del link van más allá del “espacio personal” y se introducen en redes de relaciones y vínculos (Estalella, 2005). En este sentido, Irene Réngel López (2005) establece que en los weblogs es a través de los links que se forma una “comunidad de bloggers”, siendo que los comentarios establecerían una especie de diálogo o *interactividad* dándole al blog

una cierta dinámica entre las publicaciones de los bloggers y las opiniones de los lectores.

A partir de las nociones antes mencionadas, podemos pensar al weblog, o *blog*, de varios modos, como: 1) espacio para la (re) construcción de identidades individuales y colectivas; 2) comunidad de producción y consumo de información; 3) un “lugar” para la acción colectiva (por ejemplo los blogs que plantean problemáticas sociales, como el servicio de los transportes públicos - [Como vacas!!!](#), [maldito Sarmiento](#) – y generan denuncias, propuestas - firmas de petitorios- y movilizaciones); 4) un espacio en donde se producen interacciones/negociaciones constantemente entre, por un lado, los bloggers y los lectores, y por otro lado, los bloggers entre si, generando así la constitución de diversas subjetividades. De este modo, los weblogs surgen como espacios de participación y expresión libre, aunque, como pretendo mostrar a lo largo de mi investigación, existen mecanismos de control que los limitan.

Considero que la antropología puede aportar algo significativo al estudio de un espacio nuevo, Internet. En este sentido, resulta importante analizar las repercusiones y transformaciones socioculturales que las nuevas tecnologías de la información y comunicación están generando en la realidad de los “usuarios”.

Hoy en día, la comunicación está dando lugar a dos oportunidades estratégicas: en primer lugar, la que permite la *digitalización* al posibilitar un nuevo lenguaje común (de textos, imágenes, sonidos, etc.); y en segundo, la configuración de un nuevo espacio público. Oportunidades que generan nuevos procesos de sociabilidad y referencia, de inclusión/exclusión, de identidad/reconocimiento; así como se reconfiguran nuevos espacios entre lo público y lo privado, lo global y lo local.

De este modo, creo que la Antropología puede analizar en profundidad el cómo, el por qué, de los entornos y las relaciones sociales que los “usuarios” establecen a través de la Web, y cómo estas nuevas relaciones reconfiguran su “realidad off – line”. Y como estos procesos no están alejados de lo político, lo económico, es que pienso la necesidad de estudiarlos en relación a los medios masivos de comunicación.

Como dice Martín- Barbero, “*Las tecnologías no son neutras pues hoy más que nunca ellas constituyen enclaves de condensación e interacción de intereses económicos y*

políticos con mediaciones sociales y conflictos simbólicos. Pero por eso mismo ellas son constitutivas de los nuevos modos de construir opinión pública y de las nuevas formas de ciudadanía” (Martin – Barbero, 2002: 18).

Bibliografía

Ardévol, E. y Estalella, A. (2007) “Ética de campo: hacia una ética situada para la investigación etnográfica de Internet” en Forum Qualitative Sozialforschung/Forum Qualitative Research, 8 (3), art 2, <http://www.qualitative-research.net/fqs-texte/3-07/07-3-2-s.htm>

Ardévol, E. y Vareyda, A. (2002) *Identidades en línea, prácticas reflexivas*. Seminario sobre La identidad en la era digital, 10º festival Internacional de video y multimedia de Canarias Canariasmediafets, Las Palmas de Gran Canarias, 25 de octubre de 2002. disponible en: <http://www.grancanariacultura.com/canariasmediafest/seminario.htm>

Ardévol, E.; Bertrán, M.; Callén, M.; Pérez, C. (2003). Etnografía virtualizada: la observación participante y la entrevista semiestructurada en línea. Athenea Digital, N° 3, 72-92. Disponible en: <http://antalya.uab.es/athenea/num3/ardevol.pdf>.

Batallán, G. y García, J. F. (1992) "Antropología y participación. Contribución al debate metodológico", en PUBLICAR-en Antropología y Ciencias Sociales, año 1, nº 1, Mayo 1992, pp.79-89.

Bohannon, L. (1993) Shakespeare en la selva. En: VELASCO, Honorio (comp.) Lecturas de antropología social y cultural. La cultura y las culturas. Madrid, Universidad Nacional de Educación a Distancia. pp. 83-93

Estalella, A. (2005) “Anatomía de los *blogs*: la jerarquía de lo visible” en Revista Telos, Cuadernos de comunicación e innovación, nº 65, octubre- diciembre 2005. <http://www.campusred.net/telos/articulocuaderno.asp?idarticulo=9&rev=05>

Estalella, A. (2005) *Weblogs, la utopía de una propuesta alternativa a los mass-media*. X Congreso de Antropología de la Federación de Asociaciones de Antropología del Estado Español (FAAEE), Sevilla, septiembre 2005. <http://www.somia.wordpress.com/articulos-academicos/>

Estalella, A. “La construcción de la blogosfera. Yo soy mi blog (y sus conexiones)” en La blogosfera hispana: pioneros de la cultura digital. Cerezo, J. (com). Colección Biblioteca Fundación Orange. http://www.fundacionorange.es/areas/25_publicaciones/publi_253_9.asp

Ferrada, M. (2006) “Etnografía: un enfoque para la investigación de weblogs en Biblioteconomía y Documentación” en Biblios, año 7, nº 23, enero – marzo 2006.

Frascaroli, M. (2006) “El fenómeno de los weblogs: algunas implicancias para las ediciones digitales de los diarios” en Hologramática- Facultad de Ciencias Sociales-

UNLZ- año III, numero 4, V1 (2006), pp 69-86. ISSN 1668-5024.

<http://www.cienciared.com.ar/ra/doc.php?n=375>

Geertz, C. (1987) "La descripción densa", en La interpretación de las culturas, Barcelona, Gedisa, pp. 19-40.

Guber, R. (1991) El salvaje metropolitano. A la vuelta de la Antropología Posmoderna. Buenos Aires, Legasa. Cap.10 y 11: pp 205-253.

http://www.dialogosfelafacs.net/76/articulo_resultado.php?v_idcodigo=71&v_idclase=11

Malinowski, B. (1986) Los argonautas del Pacífico Occidental. Barcelona, Planeta-Agostini. Introducción.

Marcus, G. (1995) Etnografía en el sistema mundo: la salida de la Etnografía multisituada. Annual Reviews. Antropología. 24:95-117. (Traducción por Hidalgo, C. y Quadri, A. FFyL, UBA).

Martin-Barbero, J. (2002) "Técnicidades, identidades, alteridades: des-ubicaciones y opacidades de la comunicación en el nuevo siglo" en Revista Diálogos de la comunicación, nº 64, noviembre 2002. Departamento de Estudios Socioculturales, ITESO, Guadalajara, México. http://www.dialogosfelafacs.net/75/dialogos_epoca-64.php

Noguera Vivo, J. M. (2008) "La percepción mediática de los blogs: del miedo al intrusismo al intrusismo de los medios", en Diálogos de la comunicación, nº 76, enero – junio 2008. Disponible en:

Rengel López, I. (2005) "La utilización periodística y la integración del formato blog en diarios digitales europeos tradicionales. Los casos de `Edmundo.es` y `Guardian Unlimited`" en Atenea Digital, nº 8, otoño 2005.

<http://antalya.uab.es/athenea/num8/rengel.pdf>

Rockwell, E. (1989) Notas sobre el proceso etnográfico (1982-1985). México, DIE. I parte (mimeo).