

Ética de campo: hacia una ética situada para la investigación etnográfica de internet

Adolfo Estalella & Elisenda Ardèvol

Palabras clave:
etnografía virtual,
etnografía de
internet, ética,
blogs, ética en
investigación
cualitativa,
mutualidad

Resumen: Este artículo presenta una reflexión sobre las decisiones éticas que tomamos en investigaciones con personas realizadas en internet, especialmente en etnografía. Partiendo de las guías éticas desarrolladas para la investigación con seres humanos, veremos las soluciones tomadas para adaptarlas a las especificidades de internet. Argumentaremos que muchas de estas recomendaciones se organizan de acuerdo a la categoría de los dispositivos (chats, listas de correos, blogs, etc.), atribuyéndolos propiedades específicas y estableciendo "a priori" decisiones sobre la ética de la investigación. Discutiremos la cuestión de lo público y lo privado como eje vertebrador de las decisiones éticas en la investigación en internet para argumentar la necesidad de una ética dialógica y situada que tiene en cuenta cada contexto particular para orientar las decisiones. Siguiendo esta propuesta expondremos algunas de las decisiones que hemos tomado en nuestro trabajo de campo sobre la Blogosfera y, a partir de la experiencia en la elaboración de un "blog de campo", plantearemos tres ejes sobre los que hemos articulado nuestro compromiso ético durante la investigación: la amplitud del registro de datos de cada persona, la declaración de la presencia del investigador y la búsqueda de simetría y mutualidad con los corresponsales en el campo.

Índice

1. El marco de la investigación etnográfica
 - 1.1 La especificidad del método y del medio
2. El marco de la acción ética en internet
 - 2.1 Las guías éticas: principios para orientar la práctica
 - 2.2 La ética en internet
 - 2.3 Público/privado: ¿eje vertebrador de la acción ética?
 - 2.4 Los dilemas éticos no siempre tienen una única solución
 - 2.5 De la tecnología contextual a la ética dialógica
3. Ética de campo
 - 3.1 La construcción de eso llamado campo
 - 3.2 El "blog de campo"
 - 3.3 La extensión del registro y la agregación de datos
 - 3.4 La presencia del etnógrafo
 - 3.5 Mutualidad: el etnógrafo y sus corresponsales
4. Más allá de los principios éticos

[Referencias](#)

[Autores](#)

[Cita](#)

1. El marco de la investigación etnográfica

1.1 La especificidad del método y del medio

El presente artículo parte de una reflexión sobre las guías éticas que orientan la investigación en internet y propone un marco de decisión basado en una ética dialógica y situada que tiene en cuenta cada contexto particular para orientar las decisiones. [1]

Partiremos en primer lugar de las guías éticas desarrolladas en las últimas décadas desde diferentes disciplinas de las ciencias sociales y humanas para orientar las decisiones de los investigadores cuyo objeto de estudio son sujetos humanos. En segundo lugar plantearemos cómo se ha intentado adaptar estos principios a la investigación en internet. Y en tercer lugar propondremos una ética dialógica y situada, que se desarrolla sobre el conocimiento de campo del investigador y es adaptada a cada contexto a partir de nuestra propia experiencia de campo. Una propuesta ética basada en la negociación entre las partes, en las cuales hay que tener en cuenta las relaciones que se establecen entre los sujetos y el investigador. [2]

La problemática planteada por los principios éticos que deben orientar la práctica etnográfica cuando el trabajo de campo se realiza en internet procede, por un lado, de la especificidad de este método cualitativo frente a otras metodologías de investigación con seres humanos, como por ejemplo los experimentos de laboratorio o las encuestas de mercado, y por otro, de las particularidades que pueda presentar el trabajo de campo en contextos de interacción social mediada por ordenador. [3]

El método etnográfico se distingue de otras aproximaciones metodológicas por la implicación del investigador en el contexto de investigación, de manera que debe, en la medida de lo posible y de la forma más natural posible, integrarse como un miembro más del colectivo que estudia, ya que su objetivo es lograr una aproximación holística que incorpore la perspectiva de los actores. Para ello debe trabajar reflexivamente a partir de su propia experiencia, poniendo en juego su subjetividad y su conocimiento tácito, corporal y sensible. Recordemos que el corazón del método etnográfico es la técnica de la observación participante, que implica conocer de primera mano la realidad que investigamos y un trato directo con las personas que intervienen en la misma, de manera que, como veremos, los principios éticos que rigen este tipo de trabajo de campo son difíciles de formalizar y se extienden a lo largo de todo el proceso de investigación hasta la presentación de los resultados. [4]

El resultado de este método suele ser una descripción "densa" (GEERTZ 1973) teóricamente orientada. Esta descripción, como afirma Kirsten HASTRUP (1999) no supone la sustitución del discurso de los sujetos por el discurso científico, ni propone exclusivamente una traducción cultural, sino que en gran parte es el resultado de un proceso creativo en el cual es crucial la relación del etnógrafo o la etnógrafa con la gente que participa en su investigación, los datos que

construye y la perspectiva teórica que adopta. Para construir sus datos, el etnógrafo se basa en su experiencia durante la observación participante y en otras técnicas como las entrevistas y las historias de vida. El registro puede ser textual, en audio o utilizando técnicas audiovisuales, así como también puede utilizar otro tipo de inscripciones y objetos (textuales, gráficas, materiales) producidos por los propios sujetos. Como veremos, la investigación en internet presenta a este respecto unas características especiales, ya que gran parte de los datos del etnógrafo se producen a partir del estudio de los objetos digitales elaborados por los sujetos (blogs, texto, fotografías, vídeos), y buena parte de la interacción en el campo queda registrada en los archivos de los usuarios, siendo incluso accesibles a personas que no han participado directamente en la investigación. Así pues, la acción ética no se limita a la interacción directa entre sujetos e investigador, sino que también atañe al tipo de datos que se elaboran y a las técnicas de registro que se utilizan. [5]

Finalmente, el trabajo de campo etnográfico supone un contacto prolongado con los sujetos que participan en la investigación, creándose relaciones de confianza y vínculos de amistad que muchas veces se extienden más allá de la finalización del estudio, por lo cual, el compromiso ético atañe también al retorno que el etnógrafo o la etnógrafa pueda ofrecer a las personas que han colaborado, algunas de ellas intensamente, en su investigación. [6]

Ahora bien, ¿qué significa hacer una etnografía de internet o en internet? ¿Podemos hablar de una etnografía de foros electrónicos, páginas web, chats o blogs? ¿Podemos aplicar el método etnográfico para el estudio de YouTube, Flickr, Orkut o MySpace? ¿Cómo adaptar las técnicas de la observación participante o la entrevista a la comunicación mediada por el ordenador? ¿Cómo tratamos la mediación tecnológica en nuestras relaciones en "el campo"? ¿Podemos limitarnos al estudio de las relaciones online o debemos incluir también la vida fuera de la pantalla? Diversos investigadores se han formulado estas preguntas al enfrentarse a internet como objeto de estudio y se han propuesto distintas adjetivaciones para señalar las particularidades que implica adaptar el método etnográfico al estudio de internet, como etnografía virtual, digitalizada o hipermedia. [7]

Actualmente, "etnografía virtual" es un término común y bastante aceptado por investigadoras e investigadores de internet para referirse a la adaptación de la metodología etnográfica al estudio de las interacciones mediadas por ordenador o de las prácticas sociales y culturales asociadas al uso y la producción de internet. La obra de Christine HINE *Virtual Ethnography* (2000) consolida el adjetivo "virtual" a partir de una detallada sistematización de lo que supone intentar adaptar el método etnográfico al estudio de foros electrónicos y páginas web. De hecho, desde los años noventa son muchos los trabajos sobre la interacción social en internet que se basan en la observación participante y en la idea de realizar el estudio de una comunidad virtual como si fuera una comunidad física tradicional, realizando una descripción etnográfica de la vida en la red y de las relaciones sociales que se establecen en entornos electrónicos como foros electrónicos, chats y MUDs. Contamos pues con un corpus extenso

de investigaciones que toman como referencia, aplican y adaptan el método etnográfico al estudio de los fenómenos sociales en internet, como el trabajo pionero de Joan MAYANS en España, autor del libro *Género Chat o Cómo la etnografía puso un pie en el ciberespacio* (2002). [8]

Sin embargo, el adjetivo "virtual" no está exento de polémica, ya que por una parte, marca una polaridad frente a "real", dando a entender que las relaciones que se estudian son menos "reales" que las que mantenemos físicamente, cara a cara o incluso por teléfono; o que las interacciones y las relaciones mediadas por el ordenador son a priori diferentes de las que se establecen cara a cara. Y por otra, puede suponer que se limita la etnografía al estudio de la interacción online, descuidando los aspectos offline de toda interacción mediada por ordenador y de los contextos locales en los cuales se encuentran los sujetos. Como Daniel MILLER y Don SLATER (2000) demostraron en su estudio sobre los usos de internet en la isla Trinidad, la etnografía de las relaciones "virtuales" nos lleva necesariamente a contextos más terrenales. Del mismo modo, podemos empezar una etnografía "clásica", de a pie, y terminar participando en salas de chat o visitando los blogs de nuestros informantes, ya que internet forma parte de la vida cotidiana de muchos de los colectivos que estudia la antropología o la sociología, y ellos no hacen necesariamente ni siempre distinciones entre sus relaciones online y offline. [9]

Quizás el término "digital" sería más conveniente en cuanto hace referencia a las prácticas relacionadas con internet u otras tecnologías digitales de la comunicación audiovisual y textual como los teléfonos móviles, aunque sigue planteando una parcialización hacia el estudio de la mediación tecnológica, por encima de los contextos locales y relaciones más amplias. No obstante, el término "digital" parece más neutro semánticamente y parece adecuado mantenerlo o utilizarlo cuando nos interesa señalar la especificidad de contextos en los que la mediación de las tecnologías digitales tiene un papel fundamental, del mismo modo que otras adjetivaciones como "multisituada" (MARCUS 1995) nos han permitido romper el lazo biunívoco entre comunidad y territorio o entre "campo" y "lugar". Otros términos, como etnografía hipermedia no suelen hacer referencia al lugar donde se sitúa el trabajo de campo, sino más bien a la presentación de los resultados etnográficos en formatos hipertextuales o multimedia. [10]

No es nuestra intención decantarnos por una u otra adjetivación, y las implicaciones que ello tiene, sino tan solo señalar que esta diversidad de caracterizaciones de la práctica etnográfica apunta a la necesidad percibida por muchos investigadores de adaptar el método a las especificidades de las tecnologías de internet en cada contexto. Pero además, la mediación de la tecnología introduce la necesidad de replantearse consideraciones éticas en relación con este particular contexto de investigación. Partiendo de esta "necesidad", a continuación nos centraremos en las encrucijadas éticas que plantea la etnografía de internet, y especialmente haremos referencia a nuestra propia experiencia durante el proceso mismo del trabajo de campo cuando este se desarrolla en o a través de internet. [11]

2. El marco de la acción ética en internet

2.1 Las guías éticas: principios para orientar la práctica

La investigación en ciencias humanas y sociales se encuentra en una posición singular ya que su objeto de estudio está a menudo integrado por personas humanas. Su objetivo es desarrollar una investigación que debe llegar y beneficiar a la sociedad, pero esa investigación puede alterar e incluso causar daños a los mismos grupos humanos estudiados. El investigador se encuentra pues en una encrucijada: no puede olvidar que está tratando con seres humanos a la vez que persigue el máximo rigor científico en la elaboración de sus datos. El respeto a los derechos humanos y la responsabilidad del investigador ante la sociedad atañen también al proyecto científico. A partir de la Segunda Guerra Mundial se toma conciencia de esta condición de la investigación en ciencias sociales y humanas y comienza a desarrollarse toda una serie de principios éticos para orientar la investigación en la que intervengan sujetos humanos. [12]

La primera reflexión ética que el investigador debe realizar le obliga a procurar que sus acciones no perjudiquen a aquellos que forman parte de su estudio. Si este es un principio de aplicación general en las ciencias sociales y humanas, tanto o más lo es para la investigación etnográfica, en tanto ésta se realiza a través de la convivencia íntima con aquellos a quienes se estudia. Esta relación de confianza que se establece entre investigadores y sujetos reclama no sólo que los sujetos no sufran daño, sino que estén informados y sean conscientes de que participan en un proyecto de investigación. [13]

Para ayudar a los investigadores a adoptar decisiones que respeten un marco ético, existen desde hace algunos años guías que han sido desarrolladas por instituciones de diferentes disciplinas académicas, como por ejemplo las *Guidelines for Research Ethics in the Social Sciences, Law and the Humanities* de la institución noruega *National Committee for Research Ethics in the Social Sciences and the Humanities* (NESH 2001), o el *Code of Ethics* de la *American Anthropological Association* (American Anthropological Association, AAA 1998). El objetivo de estas guías es servir de marco para que los investigadores orienten éticamente sus decisiones durante el diseño y desarrollo de una investigación. Desgraciadamente, en España no existe ninguna guía similar en ciencias humanas y sociales, y la bibliografía académica sobre esta temática es casi inexistente, lo cual indica el escaso interés que esta cuestión causa a los investigadores. [14]

El imperativo categórico compartido por la mayoría de estos códigos deontológicos es que la investigación debe evitar dañar a quienes forman parte del estudio, así como respetar su seguridad y privacidad. Partiendo de esos principios, los desarrollos que se hacen varían de unas disciplinas a otras y de unas áreas geográficas (con diferencias entre el mundo anglosajón y el resto de países europeos, por ejemplo). Para asegurar que se respeta a los participantes en la investigación y salvaguardar su seguridad, el mecanismo más extendido, a parte del recurso al anonimato de los datos personales obtenidos, es el

denominado "consentimiento informado" (*informed consent*). Un concepto con el que se designa al proceso por el cual se explica a los participantes en la investigación los detalles del proyecto y se les pide su participación o se les solicita el consentimiento para incluirlos (NESH 2001). La negativa (HUDSON & BRUCKMAN 2002) o la imposibilidad práctica de obtener el consentimiento (SUDWEEKS & RAFAELI 1996) es razón suficiente para que una investigación no se desarrolle; de ahí que el consentimiento informado se convierta en uno de los mecanismos fundamentales, si no el principal, del proceso ético de toda investigación en ciencias humanas y sociales. [15]

Los procedimientos y protocolos propuestos para la obtención del consentimiento informado varían en función de cada disciplina y metodología específica y se encuentran incluso notables diferencias entre unos países y otros. Mientras que en la realización de encuestas o entrevistas se entiende que el consentimiento informado es concedido explícita o implícitamente cuando el sujeto acepta responder a las preguntas o puede solicitarse a partir de un protocolo de aceptación en el momento de administrar un cuestionario, en el caso de la observación participante no resulta sencillo obtenerlo de todas las personas con las que de una u otra forma el investigador entra en contacto, y además se corre el riesgo de que sea un procedimiento demasiado intrusivo, distorsionando la relación natural que el investigador pretende conseguir. [16]

Teniendo en cuenta la singularidad de la etnografía, y particularmente de la observación participante, la *American Anthropological Association* propone una formulación flexible y gradual del proceso de obtención del consentimiento informado, entendiéndolo como un proceso dinámico y continuo a lo largo de la investigación. Este proceso debería iniciarse desde el diseño del proyecto y continuarse a través del diálogo y la negociación con quienes estudiamos. Dada la naturaleza de este proceso, este no implica o requiere necesariamente y en todos los casos de un formulario específico escrito o firmado: "Es la calidad del consentimiento, y no su formato, lo que resulta relevante" (AAA 1998, p.3). [17]

Las recomendaciones de la *American Anthropological Association* se adaptan a las condiciones de un trabajo de campo intensivo, permitiendo que el investigador pueda tejer las redes de confianza al mismo tiempo que informa a sus sujetos de los objetivos de su proyecto, en un proceso que suele ocupar tiempo y energías y que no siempre termina con un protocolo formalizado, sino que puede consistir en un consentimiento tácito que se logra a lo largo de la investigación. MANN y STEWARD (2000) insisten en que, en estas circunstancias, lo que importa es la calidad del acuerdo, y no tanto si este se obtiene por escrito o verbalmente. Esto no significa decir que no sea necesario explicitar los objetivos de la investigación ante el colectivo estudiado durante el trabajo de campo. Significa que el consentimiento informado debe entenderse como un pacto que se consigue a través de la relación que el etnógrafo mantiene con aquellos a quienes trata de comprender. [18]

Aún cuando el investigador o la investigadora puedan haber logrado el acceso al campo, esto no implica que hayan obtenido un consentimiento general para

registrar todo lo que acontece, en cualquier momento, circunstancia y de cualquier persona. A lo largo de su trabajo se enfrentará con situaciones en las que de una u otra forma no se le permitirá el registro, se le plantearán dudas sobre la honestidad de registrar lo que presencia, o se le pedirá que no registre o que proteja el anonimato de los actores en determinadas circunstancias que consideran especiales. En estos casos, y como norma general, deberá respetarse el compromiso y la voluntad de los participantes. [19]

Ahora bien, pese a la importancia concedida al consentimiento informado, las guías éticas suelen proponer una excepción: cuando la investigación se realiza en espacios públicos no es necesario solicitar permisos para realizar la investigación. Generalmente se considera que "la observación en espacio públicos, calles o plazas, puede ser desarrollada normalmente sin informar a quienes están implicados" (NESH 2001, p.12) y esto se hace extensible a los medios de comunicación social como la prensa, la radio o la televisión. [20]

El carácter público o privado de los espacios y/o de las interacciones se convierte en un elemento clave en el planteamiento ético de la investigación social, ya que la categoría pública del espacio determinará si es necesario solicitar un consentimiento de los participantes. Hay sin embargo, dos aspectos que modulan esa excepción, dos dimensiones que funcionan como correctivos a la excepción: (i) la participación del investigador y (ii) el tipo de registro que se realiza. Si el investigador interactúa con la gente durante la investigación, aunque ésta se realice en una plaza pública, debe solicitar el consentimiento informado; y si el tipo de registro que se realiza es permanente, como grabaciones de audio o de video, debe al menos informarse a las personas de que están siendo grabadas (NESH 2001). [21]

Esta regla de excepción es especialmente útil en el caso de investigaciones observacionales y de tipo documental, pero también para la etnografía en cuanto debe recurrir a la cultura material y a fuentes documentales para completar sus observaciones o para poder realizar su trabajo de campo cuando éste también transcurre en contextos públicos, por ejemplo, acompañando a sus informantes (que conocen y aceptan su investigación) al mercado. Sin embargo, esta excepción puede presentar algunos equívocos, en concreto, cuando se aplica a la investigación de internet. [22]

2.2 La ética en internet

El estudio de internet ha enfrentado a los investigadores a estos mismos problemas éticos, pero la reformulación que se realiza adaptada a este contexto resulta a veces confusa o desconcertante (ELGESEM 2002). La reflexión ética sobre la investigación de internet surge con la asunción de que se está investigando a sujetos humanos. Pese a que puede parecer un punto de partida trivial, hay investigadores que han criticado que se asimile la investigación de internet a la investigación con sujetos humanos (WALTHER 2002; BASSET & O'RIORDAN 2002). Concretamente, Joseph B. WALTHER considera que el análisis de los archivos de un foro público, por ejemplo, equivale a revisar una

hemeroteca, por lo tanto no se investiga con personas humanas y no es necesario tomar ninguna prevención ética. O plantear las páginas web como un medio de publicación similar a la prensa escrita o manejar metáforas que conciben internet como un ágora pública, permite asumir que se trata de espacios o medios públicos a los que por lo tanto puede resultar aplicable la excepción que hace innecesaria la obtención del consentimiento informado. [23]

Pese a estas perspectivas, desde finales de los años noventa empiezan a cristalizar los primeros intentos para desarrollar unos guías éticas específicas para la investigación en internet ante la imposibilidad de encontrar respuestas en las guías de las disciplinas establecidas (sociología, antropología, etc.) para las cuestiones concretas que plantea la investigación de internet (WALTER 2002). [24]

Un avance clave en el desarrollo de un marco ético para la investigación de internet se produce en 1999 con la celebración (y la posterior publicación de sus resultados) de un simposio creado por la *American Association for the Advancement of Science* (PEDEN & FLASHINSKI 2004). Y otro de los esfuerzos colectivos más importantes en esta dirección ha sido la publicación en el año 2002 de la guía ética de la AoIR (*Association of Internet Researchers*) titulada *Ethical Decision-making and Internet Research Recommendations from the AoIR Ethics Working Committee*, elaborada a partir de su lista de distribución y de la implicación voluntaria de un grupo de trabajo. Esta guía remite, como primera fuente para orientar las decisiones éticas en la investigación de internet, a los principios específicos de la disciplina de cada investigador (ESS 2002). Pero reconoce acto seguido que la especificidad de internet obliga a tener una orientación específica, porque las cuestiones que surgen en la interacción humana a través de internet y sus dispositivos no tienen respuesta en las guías éticas formuladas desde disciplinas como la antropología, la psicología o la sociología. Y ello pese a que algunas guías generales, como la creada por la institución noruega *National Committee for Research Ethics in the Social Sciences and the Humanities*, introduzcan (en el año 2001) referencias específicas a internet (ELGESEM 2002). [25]

El problema que reconoce la AoIR y otros trabajos sobre ética específicos sobre internet no es tanto la invalidez de las guías generales, sino su dificultad de aplicación en este nuevo contexto de investigación. [26]

Los principios y categorías que se manejan son los mismos: respeto a la dignidad, la seguridad y la privacidad de las personas; pero la articulación de estos principios se complica en el nuevo contexto de investigación cuando se plantean preguntas tan sencillas como: ¿qué significa mantener el anonimato de personas que charlan usando nombres de usuario en un chat de acceso público?, ¿qué interacciones son públicas en internet y no necesitan consentimiento informado?, ¿aquellas que son simplemente de "acceso público"?, un foro con clave de acceso, ¿es público?, ¿qué tipo de registro puede ser realizado sin necesidad de solicitar consentimiento? [27]

La distinción entre público y privado vuelve a convertirse en uno de los elementos clave en estas guías para orientar nuestra decisión ética de informar o no sobre nuestra investigación, así como si debemos obtener el consentimiento de los autores para el registro y la utilización de los datos que se encuentran disponibles en la red. [28]

La violación de la privacidad de quienes participan en la investigación es una fuente potencial de daño, y el carácter público o privado que se atribuya a las interacciones y espacios es ser decisivo para el desarrollo que tome la investigación. Pero dilucidar qué se entiende como público y qué se entiende como privado en internet se torna un asunto complejo: en la investigación con sujetos humanos, la distinción entre el ámbito público y privado es importante para determinar cuándo es necesario solicitar el consentimiento informado, ya que los investigadores puede estar eximidos de solicitarlo para los datos recogidos en ámbitos públicos, como por ejemplos los datos recopilados en la televisión, grabaciones públicas, radio, libros impresos, conferencias o en espacios públicos como los parques y jardines. [29]

2.3 Público/privado: ¿eje vertebrador de la acción ética?

Vemos que la distinción entre público y privado se constituye en una categoría vertebradora de las decisiones éticas que un investigador o investigadora debe tomar en internet. El planteamiento de algunos investigadores ha sido considerar que público en internet son aquellas interacciones cuyo "acceso" es público (KING 1996), y por lo tanto un investigador no necesita de mayores prevenciones para registrar y almacenar la información. En posiciones extremas como la mantenida por Joseph B. WALTHER, se da por descontado que las personas saben que su comunicación en internet es abierta y está expuesta a ser observada y recogida por cualquier otro individuo: "cualquier persona que usa sistemas de comunicación disponibles públicamente en internet debe estar al corriente de que esos sistemas son, en su constitución y por definición, mecanismos para el almacenamiento, transmisión, y recuperación de comentarios. Que algunos participantes tengan cierta expectativa de privacidad, es algo erróneo" (WALTHER 2002, p.207). [30]

Con una aproximación completamente diferente, un buen número de investigaciones han aportado evidencias de que las "expectativas de privacidad" (KING 1996) de los individuos que interaccionan a través de internet no coinciden a menudo con la de un observador externo que no forma parte del colectivo (SHARF 1999; ALLEN 1996, BROMSETH 2002). Es decir, que mientras alguien puede interpretar las interacciones de un foro, un chat, o una lista de correo como públicas, la experiencia que tienen los miembros de ese colectivo es de una relativa privacidad. Por lo tanto, las normas de privacidad se desarrollan dentro de los colectivos, y no derivan únicamente de la configuración de la tecnología (SHARF 1999), es decir, que el hecho de que un foro esté diseñado para que cualquiera pueda acceder no significa que los participantes en él lo conciben como un espacio público que puede ser investigado libremente, "la

gente confía en normas de confidencialidad en la comunidad de la que es parte" (ELGESEM 2002, p.196). [31]

Esto nos plantea diversas consideraciones. En primer lugar, la percepción de lo público y lo privado puede variar según la posición del sujeto observador (externa o interna al colectivo) y por tanto, no podemos juzgar "desde fuera" sin tener en cuenta la percepción de los actores. En segundo lugar, el tipo de tecnología o la arquitectura tecnológica, no determina el carácter privado o público de un espacio de interacción, depende una vez más de la percepción que tienen los usuarios sobre lo que están haciendo, es resultado de la negociación y del sentido que le atribuyen a esas interacciones cada colectivo. En tercer lugar, y como corolario, lo público y lo privado no son categorías absolutas que podamos determinar "a priori" en relación a las interacciones de internet, son contextuales y dependen de la negociación que cada colectivo lleve a cabo. [32]

2.4 Los dilemas éticos no siempre tienen una única solución

En nuestra trayectoria como investigadores hemos experimentado la dificultad para decidir sobre el carácter público o privado de la información y las interacciones en internet y no siempre estamos seguros de haber tomado la decisión adecuada. Por ejemplo, en una investigación que realizamos en una red social orientada a las relaciones de amistad y búsqueda de pareja (ARDÈVOL 2005), decidimos considerar la información que se publicaba en modo abierto en el sitio como pública, y por tanto, asumimos que podíamos analizar los perfiles de los usuarios, el texto y las fotografías, sin necesidad de informar de nuestra actividad a los implicados. Asumimos que los participantes eran sabedores de que sus perfiles eran públicos y estaban protegidos por el anonimato, aunque para más seguridad cambiamos los nombres de usuario en el estudio. Durante la observación participante establecimos además relaciones de confianza con varias personas a las que sí informábamos de nuestra investigación y objetivos. [33]

Adoptamos en el trabajo de campo la doble estrategia señalada anteriormente y apoyada por la mayor parte de las guías éticas: (i) a las personas con las que establecimos interacciones (mediante correo, chat, etc.) y a las que pedimos información sobre su experiencia en el servicio les solicitamos el consentimiento informado, mientras que (ii) para el análisis del sitio y de los perfiles personales que registramos ocasionalmente, no solicitamos el consentimiento informado, ya que consideramos que era de acceso público. [34]

Sin embargo, y pese a la facilidad de acceso a los perfiles, experimentamos la sensación de que esos datos personales eran publicados con un fin muy específico y que estaban destinados a un contexto de interacción muy concreto: el de la red social donde aparecían publicados. Como plantea FERRI, "¿cuál es la audiencia pretendida para una comunicación electrónica?, ¿te incluye a ti cómo investigador?" (FERRI 2000; citado por MANN & STEWART 2000, p.46), desde luego, nuestra sensación era que esa información no nos incluía a nosotros como investigadores, ¿podíamos utilizar esas imágenes sin pedir permiso a quienes representaban?, ¿podíamos dañar su dignidad o violar su

privacidad publicando sus fotos en nuestros artículos? Finalmente, la etnógrafa decidió incorporar algunas citas y fotografías de los perfiles con el objetivo de ilustrar su análisis en un artículo con los resultados preliminares que se discutió en el seminario de una lista de distribución académica. ¡El resultado fue un extenso debate sobre ética de campo! No se llegó a ningún consenso sobre la legitimidad de incluir las fotografías, pero ante la posibilidad de que las fotos pudieran resultar reconocibles perjudicaran la privacidad de las personas implicadas, la investigadora decidió excluir las imágenes en la publicación final del artículo (ARDEVOL 2005). [35]

Las dudas sobre qué decisión tomar con relación al registro y análisis de la información vuelve a articularse alrededor de la "expectativa de privacidad" de las personas. Este marco de reflexión está en sintonía con la propuesta de Dag ELGESEM que establece que "la violación de la privacidad se produce cuando las expectativas razonables de un individuo son frustradas en lo que toca a las limitaciones del uso de información personal" (2002, p.198). Las decisiones éticas deben orientarse, en nuestra consideración, desde el conocimiento de la perspectiva del otro. Y ante la duda, la mejor opción es ir y preguntar; es la solución más clara siempre que sea posible. [36]

2.5 De la tecnología contextual a la ética dialógica

Desde nuestra reflexión y como resultado de nuestra experiencia investigadora, pensamos que la perspectiva del actor se convierte en un elemento fundamental para resolver el dilema ético en torno a la privacidad de las comunicaciones: es la expectativa de privacidad que tienen los individuos la que debe servir de referente en nuestras decisiones. Y si no se acepta esta premisa, al menos es necesario tener en cuenta esa expectativa. [37]

Este argumento que afecta a la privacidad puede generalizarse en realidad para situar el sentido de otras categorías sociales, como hace Christina ALLEN: "hay pocas presuposiciones interpersonales, sociales y culturales que puedan hacerse sobre un grupo o individuos en el ciberespacio en este momento" (ALLEN 1996, p.176). Lo que plantea que las categorías que manejamos para orientar nuestra acción ética, tales como el anonimato, la privacidad o publicidad de la información, el valor atribuido a las interacciones, la sensibilidad de la información, etc., son categorías construidas por los colectivos investigados, y no están dadas "a priori", no son únicamente consecuencia de las propiedades inscritas en la tecnología. [38]

Es decir, no puede decidirse el sentido que un colectivo de individuos atribuye a una determinada interacción (privacidad, anonimato, etc.) acudiendo simplemente a las propiedades del dispositivo. No es posible decidir si es público o privado considerando únicamente si se exige contraseña para acceder, o suponer que es anónimo porque no figura el nombre legal de la persona y sólo aparece un pseudónimo. Por el contrario, sólo comprendiendo el sentido que los individuos conceden a un determinado contexto podemos decidir justamente sobre el carácter público o privado de las interacciones y el resto de categorías

(anonimato, sensibilidad de la información, etc.) cuando se trata de interacciones mediadas por un dispositivo tecnológico. De ahí que haya pocas presuposiciones, como dice ALLEN, que podamos hacer sobre los colectivos que interaccionan y se sostienen a través de internet. [39]

El conocimiento de la perspectiva del otro se convierte pues en el punto de partida para el desarrollo de lo que Christina ALLEN propone como una ética dialógica y situacional (ALLEN 1996). Situacional porque las propiedades contextuales de todo dispositivo tecnológico nos obliga a situar nuestras decisiones y nuestras respuestas éticas en cada contexto singular, tomando en consideración no sólo a los dispositivos sino también a las personas; y dialógica porque no se reduce a la solicitud de un consentimiento informado, sino que se trata de un proceso de continuo diálogo con nuestros corresponsales en el campo. [40]

Asumir esta posición nos obliga a que nuestras valoraciones éticas se orienten desde una actitud reflexiva que puede variar sobre la marcha, en función de cada nuevo contexto de investigación, y que evoluciona al contrastar nuestras percepciones con nuestros corresponsales. La sensibilidad del investigador cobra un papel crucial durante el transcurso del estudio y no se parte de una delimitación inicial, que fije de antemano y para todo el desarrollo de la investigación, cuestiones como qué es público o privado. [41]

El comportamiento ético es entonces un proceso y un producto de la negociación entre las partes y no exclusivamente un procedimiento formal fundado en una relación rígida y jerárquica de roles asimétricos. Los problemas éticos requieren soluciones situadas y, como veremos, la introducción de la idea de la mutualidad. [42]

3. Ética de campo

3.1 La construcción de eso llamado campo

Los dilemas éticos que el etnógrafo arrastra en su investigación resultan de la construcción particular de su campo. El campo es el referente empírico de la investigación (GUBER 2004, p.83) y puede incluir a un grupo de celadores que trabajan en un sanatorio psiquiátrico, sus enfermos y la institución en la que se encuentran; o una escuela específica de yoga, con sus practicantes, sus sedes oficiales, encuentros, etc., o simplemente un colectivo de individuos que se relacionan a través de un dispositivo de chat por internet, que se intercambian correos y organizan ocasionalmente "kedadas" para reunirse y charlar en un bar. [43]

El campo no está dado, no tienen límites pre-definidos, depende de como diseñemos nuestro objeto de estudio. Aunque los etnógrafos investiguen "en" poblados no investigan poblados. Como dice Vered AMIT (2000, p.6):

"El campo etnográfico no puede simplemente existir, esperando a ser descubierto. Tiene que ser laboriosamente construido, desgajado aparte de todas las otras posibilidades de contextualización a las que podrían referirse sus relaciones

constituyentes y conexiones. Este proceso de construcción está ineludiblemente modelado por el marco conceptual, profesional y financiero, así como por las oportunidades de relación y recursos accesibles del etnógrafo". [44]

El campo es construido por el etnógrafo o la etnógrafa durante su proceso de investigación. Y en ese proceso de construcción, el campo es configurado por el marco teórico del investigador y por el planteamiento metodológico de su abordaje. Este aspecto de la pre-configuración del campo por parte de la teoría es fundamental en las etnografías de internet. La concepción divergente de la tecnología con la que diferentes investigadores se aproximan al mismo dispositivo y objeto de estudio, lleva a la construcción de campos muy diferentes, y por lo tanto a la aparición de dilemas y cuestiones éticas absolutamente distintas, tanto como lo son las respuestas que cada uno de ellos ofrece. [45]

Ya lo hemos señalado anteriormente al considerar la cuestión del carácter público o privado de las interacciones y contextos en internet. La concepción que hacemos de internet nos lleva a planteamientos éticos completamente diferentes (BASSET & O'RIORDAN 2002) si consideramos internet como un espacio virtual y anónimo, como un ágora pública o simplemente como un medio de publicación similar a otros medios de comunicación de masas (WALTHER 2002). El tejido de decisiones éticas que deben afrontarse en una etnografía de internet resulta de la construcción que el investigador hace del campo. Las cuestiones concretas que se le plantean son resultado de están poderosamente modeladas por su marco teórico y su aproximación metodológica. [46]

Algunas etnografías de internet centradas en el análisis de las interacciones mediadas por un único dispositivo (un chat, una lista de correo, un MUD, etc.) se han encontrado con un marco de responsabilidad ética relativamente sencillo. La petición del consentimiento informado en estos casos puede concretarse con precisión. Está muy clara la información que se quiere registrar: aquella que se intercambia a través del dispositivo. La acotación del campo simplifica el marco de decisiones éticas al que debemos enfrentarnos, aunque esto no signifique que vaya a ser fácil obtener el consentimiento. En más de una ocasión los investigadores se han topado con notables dificultades para que los participantes en una lista de correo, por ejemplo, llegaran a un consenso sobre el uso de los datos de la lista (SUDWEEKS & RAFAELI 1996). Y no es nada sencillo gestionar la información sobre la investigación que se lleva a cabo en un chat en el cual hay un flujo constante e indeterminado de usuarios que entran y salen de la sala, como en el caso de HUDSON y BRUCKMAN (2002), una investigación frustrada ante la imposibilidad de obtener el consentimiento de sus participantes. Además, y como hemos indicado, el trabajo de campo etnográfico supone un contacto prolongado, y a veces, no basta informar puntualmente con una advertencia en el "tema" del chat, o con un nombre de usuario que describa nuestra calidad de investigadores, es necesario tejer antes relaciones de complicidad para poder acceder al campo con unas mínimas expectativas de éxito (ARDÈVOL, BERTRAN, CALLÉN & PÉREZ 2003). [47]

Sin embargo, construir y acotar el campo es una tarea compleja en muchas ocasiones en las que es necesario seguir a los participantes a sus eventos cara a cara ("kedadas" u otro tipo de reuniones y encuentros). A veces, es necesario seguirlos a través de diferentes contextos y dispositivos de internet en los que participan (GÓMEZ 2006), visitar sus páginas web personales, sus blogs, los vídeos o las fotos que publican en diferentes servicios, etc. Esta proliferación de los dispositivos que es necesario introducir en el campo no sólo es compleja de gestionar, sino que entraña tomar decisiones éticas sobre la marcha y aprender a realizar nuestro trabajo de campo teniendo en cuenta todos estos contextos de interacción tan diversos. [48]

En el trabajo de campo etnográfico, la distinción entre lo público y lo privado es solo una parte, aunque sea importante, de las decisiones éticas que tomamos durante nuestro estudio. Como hemos indicado, estas decisiones varían en función de cómo construyamos nuestro campo y cómo definamos nuestro objeto de estudio, y eso, también se modifica a lo largo del proceso de investigación etnográfica. Por esta razón creemos que es útil una reflexión pública de las implicaciones éticas que tienen las decisiones metodológicas tomadas por uno de nosotros en la etnografía que ha realizado sobre las prácticas blogger. [49]

3.2 El "blog de campo"

Comenzamos el trabajo de campo entre blogs y bloggers con una consciente indefinición sobre los límites de nuestro objeto empírico. Sabíamos que nuestro estudio se centraría en bloggers y en sus tecnologías y dispositivos, pero no sabíamos concretamente quiénes iban a ser los individuos que estudiaríamos, ni los dispositivos en los que se concentraría nuestro análisis. [50]

Este planteamiento inicial sobre los límites del campo implicó en cierta medida la ausencia de uno de los procesos paradigmáticos de la indagación etnográfica: el acceso al campo y la solicitud. ¿Acceso a dónde? nos planteamos, o ¿a qué? A quién podríamos haber solicitado el acceso cuando nuestro campo no es un referente que se pueda "acceder" de una vez y en un momento dado, porque no hay unos límites predefinidos y no existe un adentro y un afuera claro, como puede existir por ejemplo cuando se accede a una villa, una pandilla, una fábrica, o un chat o una "comunidad virtual". Así pues, nos encontrábamos con un campo que debíamos construir a lo largo de nuestra investigación, donde no era necesario, ni posible, solicitar el acceso previo, y donde tampoco podía solicitarse ningún tipo de consentimiento informado a un administrador o responsable. [51]

Una de las estrategias que resultó ser fundamental en la construcción del campo y que se incluyó inicialmente en el diseño de la investigación como parte de la observación participante fue la elaboración de un "blog de campo", para el que inicialmente se fijaban tres objetivos: (i) orientar la investigación a través de la propia experiencia del investigador, (ii) dotar de credibilidad al investigador y permitirle establecer *rapport* con los bloggers y (iii) respetar el imperativo ético de dejar constancia pública de la realización de la investigación. [52]

Como dice Christina ALLEN (1996), las experiencias acumuladas por el investigador son una de las fuentes principales en la orientación ética de su acción investigadora. Y fue justo la reflexión sobre una etnografía previa lo que nos motivó en gran medida a introducir el llamado "blog de campo" en nuestra investigación, de una manera diferente a como otros investigadores lo han incluido en sus trabajos, como es el caso de TAHKTEYEV y HALL (2005) o Lilia EFIMOVA (2004). [53]

Uno de nosotros había realizado una etnografía previa sobre un blog colectivo llamado Barrapunto (ESTALELLA 2005). En el momento del estudio Barrapunto era un blog con varios miles de usuarios que contribuían con noticias y comentarios. Estaba organizado en torno a una portada, el referente principal para las interacciones, y una segunda sección en la que se albergaban bitácoras personales que podían escribir los usuarios. Como parte de la observación participante, el trabajo de campo incluyó la elaboración de una de estas bitácoras. [54]

Al comienzo de la investigación habíamos solicitado permiso a los administradores del sitio para realizar el estudio, pero experimentamos la sensación de que no era suficiente. Así que hacia el final de la observación participante pedimos a través de la bitácora el consentimiento para citar y referenciar los textos de Barrapunto. Sólo un miembro de los pocos que respondieron a nuestra solicitud pidió que no se le citara si antes no se le informaba del texto concreto que se querían usar. Finalmente, el resultado de la investigación se publicó en la bitácora y tuvo comentarios de algunos de los miembros de la comunidad, divertidos algunos, serios otros, pero ninguno cuestionó en términos éticos el trabajo realizado. [55]

Pese a nuestros intentos por dotarnos de visibilidad y explicitar nuestro rol en el campo, intuimos que sólo una parte de los participantes en Barrapunto fueron conscientes de la investigación que realizábamos. Una situación a la que se han enfrentado otros investigadores también, como Barbara SHARF durante el estudio de una lista de correo de afectados por el cáncer, en la que dejaba a menudo constancia de la investigación que estaba realizando: "pese a mis esfuerzos en sentido contrario, parece razonable asumir que incluso las personas que publicaban regularmente – las que lo hacían esporádicamente ni pensar en ellas – no estaban al tanto de que sus palabras podían convertirse en parte de mi investigación" (SHARF 1999, p.249). [56]

A pesar de que la bitácora no satisfizo completamente nuestros objetivos de exponer la investigación que desarrollábamos, fue un dispositivo fundamental durante el trabajo de campo al dotar de visibilidad al investigador y permitirle construir una identidad en los mismos términos que aquellos a quienes investigaba. La bitácora era el referente permanente del investigador en el campo, y le permitía identificarse no únicamente como investigador, sino como otro miembro más del colectivo. [57]

Intuíamos que en una etnografía de blogs y bloggers nos enfrentaríamos a problemas similares a los encontrados en Barrapunto y que la elaboración de un blog podría ayudarnos (como sucedió en Barrapunto) en el desarrollo del trabajo de campo. No se trataba de un "diario de campo" en el que eran anotados los resultados de las observaciones (este seguía siendo el tradicional blog de notas o un procesador de textos), sino un "blog de campo" que constituía el referente permanente, en el que se comentaba cualquier cuestión de interés cotidiano para el investigador, y no necesariamente relativa a la investigación. Al cabo de unos meses, éramos conscientes de la importancia que el blog había cobrado en el trabajo de campo realizado a través de internet:

"El blog me ayuda a pensar y a organizar mi dinámica en el campo.

El blog me obliga a leer otros blogs.

El blog me ha permitido elaborar vínculos, por ejemplo con Jordi Abad.

Hoy a (sic) llegado Carmen a mi blog y ha dejado un comentario. Es un comentario que ha dejado después de que nos reuniéramos la semana pasada en una Beers&Blog" (Adolfo, diario de campo, 12 de noviembre de 2006). [58]

El desarrollo del blog, sin embargo, fue costoso. Implicaba una práctica diaria organizada en torno a la lectura de otros blogs, la respuesta a los comentarios recibidos y el seguimiento de las referencias recibidas, aunque esto permitía unapresencia permanente del etnógrafo en el campo a través del blog. No bastaba con registrar la información de los otros, debía contribuir como ellos. Y en cada momento el blogger-etnógrafo se exponía a las críticas o los comentarios que pudieran hacerle:

"Me lleva mucho tiempo el trabajo de campo, comienzo a leer por... cualquiera y acabo liándome y leyendo uno tras otro blogs diferentes. Llego a blogs nuevos que están enlazados por un post, leo el post, miro el trackback, y abro alguno" (Adolfo, diario de campo, 15 de febrero de 2006). [59]

Con el paso de los meses el blog se convirtió en un elemento fundamental para el desarrollo de las relaciones personales con otros bloggers. Enlazar con otros blogs, por ejemplo, era una estrategia adoptada en diferentes momentos para señalar a otro blogger la presencia del investigador en el campo. El blogger enlazado llegaba al "blog de campo", lo leía y, a veces, dejaba algún comentario. Era una forma de interpelar a los otros que se complementaba con la posibilidad de dejar comentarios en otros blogs. El blog dotó al investigador de presencia y visibilidad en el campo, y facilitó el desarrollo de relaciones con los corresponsales:

"Mi trabajo de campo hubiera sido completamente diferente si no hubiera abierto un blog. Mi relación con algunos bloggers se ha convertido en estrecha, con T, con J, con K, etc. y ello gracias a mi blog. ¿Estarían dispuestos a admitirme y a charlar conmigo con tanta facilidad si no hubiera creado vínculos con ellos a través de mi blog?" (Adolfo, diario de campo, 21 de octubre) [60]

3.3 La extensión del registro y la agregación de datos

En nuestra investigación sobre los blogs y bloggers nos enfrentábamos a una situación de partida en la que estábamos lejos de tener un campo acotado claramente. Y en realidad, el campo resultó ser diferente de lo que habíamos previsto. Nos encontramos con dos situaciones sobre las que tuvimos que pronunciarnos desde un marco ético. La primera de ellas fue resultado del seguimiento de la práctica blogger a través de internet y en encuentros presenciales. En su práctica cotidiana, los bloggers ponían en juego muchos otros dispositivos y artefactos además del blog, como servicios de imágenes, de videos y repositorios de enlaces favoritos. Todos ellos formaban parte de la práctica blogger cotidiana. En los encuentros presenciales se ponía de manifiesto la articulación entre el blog y todo un grupo de dispositivos, puesto que las fotos se tomaban específicamente para ser publicadas en estos servicios y a través de ellos en el blog. La elaboración del blog no se limitaba por lo tanto a la escritura, sino que implicaban otras prácticas como la fotografía, la reflexión sobre la utilidad de los blogs, etc. [61]

A medida que tejíamos el campo íbamos desvelando nuevas entidades en las prácticas significativas de los bloggers. Nuestro campo pasó de estar configurado por los blogs, a incluir nuevos dispositivos, y por lo tanto nuevas informaciones sobre nuestros corresponsales. Esto nos planteó la cuestión de la agregación de los datos: ¿eran conscientes de que manejábamos no sólo la información de sus blogs sino de otros dispositivos también? [62]

Al cabo de unos meses, la relación con un núcleo de bloggers al que seguíamos intensivamente era especialmente estrecha. No sólo registrábamos información publicada en internet, sino también procedente de interacciones ocasionales que manteníamos mediante correo electrónico o chat. El consentimiento informado en estos casos era un resultado de la convivencia, y se concretaba en distintos contextos y mediante diferentes procedimientos: explicitando de una forma u otra la necesidad de citar información de ellos durante una entrevista, por ejemplo; o a través de un correo electrónico, etc. En estos casos nos pareció necesario dejar constancia a nuestros corresponsales de dos aspectos del registro que realizábamos: el registro extensivo de datos, pues registrábamos una gran parte de lo publicado en el blog, y la agregación de información de la misma persona procedente de varios dispositivos y servicios. [63]

Frente al registro extensivo y diverso de la información publicada e intercambiada por ese núcleo de bloggers, en otras ocasiones los registros de otros bloggers eran puntuales (una anotación al vuelo en una charla, un artículo aislado de un blog, etc.). Estos registros ocasionales se realizaron sin solicitar el consentimiento informado. No obstante, y para tantear como se percibía entre los bloggers esta práctica (tomar algunas referencias esporádicas sin pedir el consentimiento informado) plantemos el problema en un artículo del "blog de campo" y al menos, todos los comentarios recibidos confirmaban que no lo percibían como una intrusión ni contemplaban que pudiera dañar su privacidad. [64]

3.4 La presencia del etnógrafo

La presencia del investigador en el campo es una cuestión pasada por alto en la mayor parte de las reflexiones éticas sobre la investigación en internet. Mientras que se ha debatido abundantemente si es necesario solicitar permiso para registrar los datos (como hemos discutido anteriormente), no se ha abordado la cuestión del desvelamiento de la presencia del etnógrafo en el campo. En la mayor parte de las etnografías (offline) la presencia del investigador es evidente, y esta cuestión carece por lo tanto de sentido, el etnógrafo puede ser interpelado por los demás (salvo en ocasiones muy especiales), incluso aunque se encuentre encubierto. En las etnografías de internet, sin embargo, el etnógrafo puede definir su campo como aquello que acontece en la pantalla, y puede adoptar una posición marginal sin participación, como ha ocurrido en algunas ocasiones. El etnógrafo puede adoptar el rol de *lurker*. [65]

Lo que se plantea con esta posibilidad es una cuestión previa a otros dilemas como el carácter público o privado de las interacciones o la necesidad de solicitar consentimiento. Aún cuando un investigador considerase que no tiene la obligación de solicitar consentimiento, por ejemplo, la cuestión que se plantea es: ¿tienen derecho las personas investigadas a saber que sus interacciones y su información será almacenada, registrada y analizada posteriormente? Independientemente de que no sea necesario pedir permiso para registrar la información, ¿es necesario avisar de que se realiza ese registro?, es decir, ¿está obligado el etnógrafo a desvelar su presencia? En nuestro caso pensamos que es un imperativo ineludible para el etnógrafo. [66]

La posibilidad que ofrece internet para registrar la información de interacciones sin delatar la presencia del etnógrafo ha sido considerada por algunos investigadores, especialmente en los primeros estudios de internet, como una enorme ventaja que permite realizar investigaciones sin alterar los colectivos analizados con la presencia del investigador. Este planteamiento, sin embargo, está en conflicto con las actuales formulaciones de la etnografía que plantean el trabajo de campo como un proceso de socialización en el que el investigador accede a la trama de significados del colectivo que investiga. Entendido de esta forma, el etnógrafo forma parte del mismo mundo social que investiga, contribuye a construirlo, y su presencia no es un elemento distorsionante, sino que es el requisito previo para poder acceder a la comprensión de su objeto (GUBER 2004). [67]

En nuestro caso, el trabajo de campo nos ha hecho experimentar, como a otros investigadores, que aquellos que forman parte de nuestro análisis tienen derecho a saber que son investigados, y en consecuencia, a retirarse o a tomar las debidas medidas para evitar que sus interacciones sean registradas. Para cumplir con esta decisión el "blog de campo" ha funcionado como dispositivo para declarar el rol del investigador. A través del blog se ancla su presencia en el campo de forma permanente, y así lo interpretábamos ya en los inicios de la elaboración del blog:

"Vuelvo a intentar retomar el blog.

[...]

resulta realmente complicado escribir. Encontrar el tiempo, el momento, un tema sobre el que escribir

[...]

Y sin embargo, de sólo estar ahí, mi blog ya está siendo mi presencia" (Adolfo, diario de campo, 8 de marzo de 2005). [68]

El investigador ha declarado explícitamente su identidad y objetivos a través de algunos artículos del blog: "¡Eh!, que os estoy investigando", era el título de uno de esos artículos. Y también lo hizo de forma permanente mediante el perfil personal del blog. Y los bloggers con los que mantenía relaciones más estrechas eran conscientes de su rol, hasta el punto de convertirse en corresponsales y cómplices del etnógrafo, como queda claro en el siguiente comentario de una blogger en su propio blog, refiriéndose al etnógrafo:

"Adolfo: sabía que te gustaría. A estas horas lo tendrás bajo el microscopio" (Adolfo, diario de campo, 15 de febrero). [69]

Igual de claro que otro comentario realizado en un intercambio de correos electrónicos con otra blogger que sugería la conveniencia de asistir al evento organizado por un partido político donde se reunirían bloggers y hacktivistas: "Vente, que seguro que encuentras 'objetos de estudio' " (Adolfo, diario de campo, 20 febrero). [70]

3.5 Mutualidad: el etnógrafo y sus corresponsales

Hemos mencionado la función del blog como dispositivo para declarar la presencia del etnógrafo en el campo. La co-presencia en la red puede ser articulada mediante diferentes dispositivos. No es una novedad. En varios estudios hemos encontrado referencias de que los investigadores han usado páginas web para explicar su investigación; un planteamiento que Michael WESCH (2007) ha trasladado al estudio del servicio de video YouTube. WESCH ha abierto un canal en el cual se informa detalladamente de su investigación, y ha publicado un video donde se dan detalles del proyecto de investigación y docencia y en el cual el equipo se presenta a sí mismo. La idea es la misma: construir alguna forma de co-presencia a través de internet mediante los mismos dispositivos y prácticas de aquellos a quienes se estudia. [71]

Podríamos haber usado otras estrategias y dispositivos durante la investigación para declarar nuestra presencia en el campo. Por ejemplo, dejando comentarios en los blogs o poniéndonos en contacto por correo electrónico con los bloggers para concertar entrevistas o avisarles de nuestro interés en su blog. Sin embargo, la presencia del investigador en el campo hubiera sido muy diferente en estos casos, y muy distintas hubieran sido igualmente las oportunidades para establecer vínculos y relaciones con los corresponsales en el campo. Usar una página web, por ejemplo, nos hubiera situado al margen de las prácticas estable-

cidas entre los bloggers, hubiéramos perdido sin duda muchas de las posibilidades de interaccionar con ellos que el blog de campo nos ha ofrecido. En este sentido, el blog no solo ha sido un dispositivo para el establecimiento de relaciones de confianza con nuestros corresponsales, sino también un elemento de socialización importante en las prácticas de los bloggers y un método de aprendizaje que nos permite experimentar de primera mano lo que significa elaborar un blog. [72]

Además, el blog proporciona las condiciones de posibilidad para que el investigador pueda situarse en una relación de simetría con aquellos a quienes investiga. La simetría ha sido propuesta por Christine HINE (2000) como una forma de acceso a la experiencia de los otros. Usando los mismos recursos, medios y dispositivos de aquellos a quienes investigamos, podemos acceder a formas de experiencia similares a ellos. Pero la búsqueda de simetría en las relaciones abre además la posibilidad para que el etnógrafo articule su presencia en el campo hacia el establecimiento de "relaciones igualitarias" (VELASCO & DÍAZ DE RADA 1997). [73]

La elaboración de un blog implica una responsabilidad ante los otros y sitúa al etnógrafo en un plano de reciprocidad y expone al investigador a ser interpelado por los otros. El investigador de campo se siente muchas veces como un equilibrista en su alambre; debe responder a sus interlocutores y a la vez, debe saber salvaguardar aquello que podría poner en peligro su investigación. Quizás pueda comprenderse mejor la vulnerabilidad del etnógrafo y la complejidad de estas cuestiones a través del relato de un acontecimiento al que el investigador se enfrentó durante el estudio de los blogs. El fragmento de la anotación del diario de campo dice así:

"Me han sentado bastante mal varios comentarios, a fin de cuentas me atribuyen datos erróneos que yo no proporcioné.

Lo que me produce cierto pavor es que lo dicho queda completamente descontextualizado cuando se lleva a un blog [...] No sé, la sensación de verme metido en una merd¹ porque me atribuyen unas cifras que yo no he dado, me ha dejado mal cuerpo.

[...]

Por otro lado, un aspecto importante es mi credibilidad. La credibilidad del antropólogo. Estoy al descubierto, cualquier error que cometa no afecta a mi trabajo de campo, sino a mi credibilidad como antropólogo.

El problema con este suceso es doble. De repente me encontré envuelto en una polémica en la que mis palabras constituían el centro de la discusión" (Adolfo, diario de campo, s.d.). [74]

El problema y el malestar del investigador se produjeron por la circulación por distintos blogs de un fragmento en audio de una presentación que había hecho sobre la blogosfera en un taller de bloggers:

1 La expresión "meterse en una merd" equivale a "estar en un compromiso" o "meterse en un lío".

"Yo quería ir para poder seguir a mis corresponsales en sus actividades pero dudé cuando me pidieron que yo también presentara algo, de manera un poco informal, sobre la Blogosfera. Finalmente acepté, ya que me pareció que era una forma de corresponder a la paciencia que tenían conmigo. Posteriormente al evento encontré que mis palabras, literales, circulaban grabadas en audio por distintos blogs y que las risas que se escuchaban, fuera de contexto, podían (y de hecho lo fueron) considerarse ofensivas para quien no había estado allí. La misma persona que hizo la crítica tuvo que calmar los ánimos de quienes se sintieron ofendidos" (Adolfo, diario de campo, s.d.). [75]

Hay por lo tanto tres aspectos: en primer lugar, la asistencia al acto y la implicación personal como investigador, en segundo lugar, la grabación de sus palabras sin su conocimiento, su edición y su uso dentro de una polémica, y en tercer lugar, la descontextualización de esas palabras y su circulación libre entre los blogs:

"Me sentí como 'el cazador cazado', peor aún, de alguna forma me sentía cuestionado por mis propios informantes e incluso 'traicionado', puesto que mis palabras se habían sacado de contexto y reutilizado para alimentar una polémica que constituye una parte muy interesante de mi investigación, pero de la cual yo había intentado mantenerme al margen como investigador 'neutral' " (Adolfo, diario de campo, s.d.). [76]

La identidad del investigador no resultó dañada tras el acontecimiento, muy al contrario, luego él pudo acceder a diferentes bloggers con los que no había mantenido contacto previamente, y comenzó el contacto con uno de sus principales informantes. Exponerse a ser interpelado había fortalecido su identidad en el campo y le había abierto nuevas posibilidades (¡pero no siempre el cuento acaba bien!). [77]

Tras esta estrategia de reciprocidad que subyace en la elaboración de un "blog de campo", subyace la idea de que el investigador no sólo debe tomar, sino que también está obligado a dar (FORTE 2004), que no sólo debe interpelar, sino que debe exponerse a ser interpelado por los otros. Se trata de buscar no solo una simetría en cuanto a la experiencia, sino una condición de mutualidad entre el investigador y los investigados, mutualidad que según Yuwei LIN (2006) "además de ayudar al etnógrafo a interpretar mejor sus datos, crear y favorecer la mutualidad entre el investigador y sus respondientes puede anunciar la aparición del etnógrafo en el campo". La mutualidad ha sido una forma de realización concreta de la propuesta ética dialógica que hemos asumido. [78]

4. Más allá de los principios éticos

Hemos tratado de proporcionar algunos elementos para la reflexión ética en la investigación de internet. No pretendemos ofrecer recetas ni creemos que sea posible establecer unas normas fijas para orientar éticamente las decisiones en el estudio de fenómenos mediados por internet. Nuestra reflexión y el contenido empírico que aportamos sobre el desarrollo de nuestras etnografías (un servicio de contactos en un caso, y un conjunto de blogs en otro) no pretenden servir de guía para orientar éticamente investigaciones que tengan como objeto de estudio la misma categoría de dispositivos. Lo que hemos tratado de hacer es mostrar los problemas afrontados y las decisiones concretas, acertadas o no, que tomamos en su momento. Al contrario, insistimos en el carácter situado de las decisiones que deben informar éticamente la investigación, y como ha quedado patente, pensamos que no es adecuado elaborar soluciones cerradas en función del tipo de dispositivo tecnológico utilizado o que estamos estudiando. El carácter contextual de la tecnología nos obliga a analizar cada práctica y dispositivo en su contexto. [79]

Hemos visto como las guías generales orientan las decisiones éticas que tienen que tomar los investigadores en las ciencias humanas y sociales, y cómo la especificidad de internet lleva al desarrollo de orientaciones adaptadas a este contexto. La dificultad para determinar qué es público y qué es privado como eje vertebrador del respeto a la privacidad y la conveniencia de solicitar el consentimiento informado ha puesto de manifiesto la importancia que tiene el marco teórico y conceptual de los investigadores en la orientación de sus decisiones éticas y la necesidad de contemplar la perspectiva de los participantes. [80]

El carácter contextual de la tecnología implica que no es posible atribuirle propiedades a priori, y por lo tanto las decisiones éticas deben tomarse en cada contexto, como propone Christina ALLEN (1996), de una forma dialógica y situada, atendiendo a las relaciones concretas que se establecen entre individuos y dispositivos y en un diálogo con aquellos que colaboran en nuestra investigación contribuyendo a constituir nuestro campo y a definir nuestro objeto de estudio. [81]

En cada investigación se plantearán diferentes cuestiones, cada una de ellas surgirá como resultado del campo que hemos construido. No hay fórmulas unívocas para orientar las decisiones éticas que debemos tomar, y tampoco se pueden preconfigurar las preguntas que se nos plantearán durante el trabajo de campo, especialmente en el caso del trabajo de campo etnográfico. Hemos visto que la ética de campo en etnografía excede el formato contractual asimétrico entre investigador y sujetos de investigación para plantear fórmulas procesuales, menos rígidas, más flexibles y simétricas, también más resbaladizas, que parten de una noción de pacto mutuo en el que ambas partes pueden sentirse fuertes o vulneradas. [82]

Las preguntas surgen a partir de cada contexto de investigación y las decisiones que tomemos serán el resultado de nuestra interacción singular en el campo que hemos co-construido con nuestros corresponsales. [83]

Concretamente, en el estudio de las prácticas blogger, hemos tratado de llevar a cabo nuestra propuesta dialógica mediante la elaboración de lo que hemos denominado un blog de campo. Este procedimiento (a la vez ético, teórico y metodológico) ha permitido que desarrollemos dos figuras que a lo largo de la investigación nos han parecido fundamentales para tejer nuestro compromiso ético con las personas que entran a formar parte de nuestra investigación y que pensamos que pueden servir de inspiración para a otras investigaciones: la primera está estrechamente relacionada con la investigación etnográfica en internet, y es la conveniencia de buscar formas de co-presencia del investigador en el campo. La segunda correspondería al "sentido común" o sensibilidad del etnógrafo y es el establecimiento de la mutualidad con los sujetos que participan en la investigación, entendida como la búsqueda de relaciones simétricas, que se traduce no solo en el reconocimiento, sino también en la aceptación de la posición vulnerable del etnógrafo, que puede ser interpelado y cuya identidad también está expuesta y sujeta al escrutinio de los "investigados". [84]

Proponemos, junto con otros autores como FORTE (2004) pensar la ética etnográfica desde la idea de un intercambio recíproco y la colaboración mutua. Las implicaciones éticas de esta conceptualización son que la co-producción del campo no es una actividad de la cual se deriven consecuencias éticas, sino que se trata de una actividad que conlleva valores éticos: compartir conocimiento y experiencia con nuestros corresponsales, colaborar en un esfuerzo colectivo presumiblemente para alcanzar un bien común, respeto a la libertad y autonomía de cada uno de los participantes, incluido el etnógrafo o la etnógrafa, y trabajar para la consecución de un equilibrio entre las partes a partir de la noción de mutualidad. [85]

Referencias

- Allen, Christina (1996). What's wrong with the "Golden Rule"? Conundrums of conducting ethical research in cyberspace. *Information Society*, 12, 175-187.
- American Anthropological Association (1998). *Code of ethics of the American Anthropological Association*, <http://www.aaanet.org/committees/ethics/ethcode.htm> [30/11/2006].
- Amit, Vered (2000). *Constructing the field. Ethnographic fieldwork in the contemporary world*. Londres: Routledge.
- Ardèvol, Elisenda (2005). Catálogo de sueños: Las relaciones personales en Internet como producto de consumo. En VV.AA. (Eds.), *X Congreso de Antropología de la Federación de Asociaciones de Antropología del Estado Español* (pp.37-58). Sevilla: Federación de Asociaciones de Antropología del Estado Español.
- Ardèvol, Elisenda; Bertran, Marta; Callén, Blanca & Pérez, Carmen (2003). Etnografía virtualizada: la observación participante y la entrevista semiestructurada en línea. *Athenea Digital*, 3, 72-92.
- Basset, E.H. & O'Riordan, Kathleen (2002). Ethics of Internet research: Contesting the human subjects research model. *Ethics and Information Technology*, 4(3), 233-247.

- Bromseth, Janne C.H. (2002). *Public places—public activities? Methodological approaches and ethical dilemmas in research on computer mediated communication contexts*, http://www.intermedia.uio.no/konferanser/skikt-02/docs/Researching ICTs_in_context-Ch3-Bromseth.pdf [12/04/2007].
- Efimova, Lilia (2004). *Discovering the iceberg of knowledge work: A weblog case*, <https://doc.telin.nl/dscgi/ds.py/Get/File-34786> [15/05/2007].
- Elgesem, Dag (2002). What is special about the ethical issues in online research? *Ethics and Information Technology*, 4(3), 195-203.
- Ess, Charles (2002). *Ethical decision-making and Internet research: Recommendations from the AoIR ethics working committee*. Association of Internet Researchers (AoIR), <http://www.research.utoronto.ca/ethics/pdf/human/nonspecific/Internet%20Research%20Ethics.pdf> [15/05/2007].
- Estalella, Adolfo (2005). Pobrecito hablador. Conflictos por la libre participación en una comunidad colaborativa. *Athenea Digital*, 7, <http://antalya.uab.es/athenea/num7/estalella.pdf> [20/07/2006].
- Forte, Maximilian (2004). Co-construction and field creation: Website development as both an instrument and relationship in action research. En Elizabeth A. Buchanan (Ed.), *Readings in virtual research ethics: Issues and controversies* (pp.219-245). Londres: Information Science Pub.
- Geertz, Clifford (1973). Thick description: Toward an interpretative theory of culture. En Clifford Geertz (Ed.), *The interpretation of cultures* (pp.3-30). Nueva York: Basic Books.
- Gómez, Leonor (2006). *Tras las huellas de los e-nómadas; Reflexiones metodológicas de etnografía digital en foros de Extremadura*, <http://www.cibersociedad.net/congres2006/gts/comunicacio.php?&id=355> [11/03/2007].
- Guber, Rosana (2004). *El salvaje metropolitano. Reconstrucción del conocimiento social en el trabajo de campo*. Buenos Aires: Paidós.
- Hastrup, Kirsten (1999). *A passage to anthropology. Between experience and theory*. Londres: Routledge.
- Hine, Christine (2000). *Virtual ethnography*. Londres: Sage.
- Hudson, James M. & Bruckman, Amy (2002). IRC Français: The creation of an Internet-based SLA community. *Computer Assisted Language Learning (CALL)*, 15(2), 109-134.
- King, Storm (1996). Researching Internet communities: Proposed ethical guidelines for the reporting of results. *The Information Society*, 12(2), 119-129.
- Lin, Yuwei (2006). *Mutuality between researchers and respondents in virtual ethnography*, <http://www.virtualknowledgestudio.nl/conferences/virtual-ethnography/documents/abstract-lin.pdf> [10/12/2006].
- Mann, Chris & Stewart, Fiona (2000). *Internet communication and qualitative research: A handbook for researching online*. Londres: Sage.
- Marcus, George E. (1995). Ethnography in/of the world system: The emergence of multi-sited ethnography. *Annual Review of Anthropology*, 24, 95-117.
- Mayans, Joan (2002). *Género Chat. O cómo la antropología puso un pie en el Ciberespacio*. Barcelona: Gedisa.
- Miller, Daniel & Slater, Don (2000). *The Internet. An ethnographic approach*. Oxford: Berg.
- NESH (2001). *Guidelines for research ethics in the social sciences, law and the humanities*. Oslo: The National Committee for Research Ethics in the Social Sciences and the Humanities (NESH).
- Peden, Blaine F. & Flashinski, Douglas P. (2004). Virtual research ethics: A content analysis of surveys and experiments online. En Elizabeth Buchanan (Ed.), *Readings in virtual research ethics: Issues and controversies* (pp.1-26). Londres: Information Science Pub.
- Sharf, Barbara F. (1999). Beyond netiquette: The ethics of doing naturalistic discourse research on the Internet. En Steve Jones (Ed.), *Doing Internet research: Critical issues and methods for examining the Net* (pp.243-256). Thousand Oaks: Sage.
- Sudweeks, Fay & Rafaeli, Sheizaf (1996). *How do you get a hundred strangers to agree: Computer mediated communication and collaboration*, <http://gsb.haifa.ac.il/~sheizaf/strangers.html> [20/12/2006].
- Takhteyev, Yuri & Hall, Josep (2005). *Blogging together: Digital expression in a real-life community*, http://www.takhteyev.org/papers/Takhteyev_Hall_2005_Blogging_Together.pdf [20/12/2006].

Velasco, Honorio & Díaz de Rada, Ángel (1997). *La lógica de la investigación etnográfica*. Valladolid: Trotta.

Walther, Joseph B. (2002). Research ethics in Internet-enabled research: Human subjects issues and methodological myopia. *Ethics and Information Technology*, 4(3), 205-216.

Wesch, Mike (2007). *YouTube ethnography project*, <http://www.youtube.com/user/mwesch> [19/05/2007].

Autores

Adolfo ESTALELLA es candidato a doctor en el Internet Interdisciplinary Institute (IN3) de la Universitat Oberta de Catalunya (UOC). Actualmente ha realizado para su tesis doctoral una etnografía de las prácticas blogger.

Contacto:

Adolfo Estalella

Internet Interdisciplinary Institute (IN3)
Universitat Oberta de Catalunya (UOC)
Parc Mediterrani de la Tecnologia
Av. Canal Olímpic s/n, Edifici B3
08860 Castelldefels (Barcelona), España

Tel.: 00 34 936 735 077

E-mail: jestalellaf@uoc.edu

URL: <http://www.estalella.es/>

Elisenda ARDÈVOL es Doctora en Filosofía y Letras por la Universidad Autónoma de Barcelona (1995) con la tesis *La mirada antropológica o la antropología de la mirada*, sobre la representación audiovisual de las culturas y la imagen como técnica de investigación etnográfica. Ha trabajado de profesora asociada en la University of Southern California (Department of Anthropology, Los Ángeles, 1997) y en la Facultad de Comunicación Audiovisual de la Universidad Ramon Llull. Actualmente, es profesora de Antropología en los Estudios de Humanidades de la UOC. Su trabajo de investigación se enmarca en las áreas de la antropología social y cultural, la antropología de la comunicación audiovisual, el cine etnográfico, las metodologías cualitativas, las comunidades virtuales, la cibercultura y la etnografía online.

Contacto:

Elisenda Ardèvol Piera

Estudios de Humanidades
Universitat Oberta de Catalunya
Av. Tibidabo, 39-43
08035 Barcelona, España

Tel.: 00 34 932 542 118

E-mail: eardevol@uoc.edu

URL: <http://eardevol.wordpress.com/>

Cita

Estalella, Adolfo & Ardèvol, Elisenda (2007). Ética de campo: hacia una ética situada para la investigación etnográfica de internet [85 párrafos]. *Forum Qualitative Sozialforschung / Forum: Qualitative Social Research*, 8(3), Art. 2, <http://nbn-resolving.de/urn:nbn:de:0114-fqs070328>.