

Investigar Internet

Elisenda Ardèvol, Gircom, UOC.

A la recerca de l'objecte

Segons Steve Jones (1999:2) Internet és més que una tecnologia, és un motor de canvi social que modifica els hàbits laborals, l'educació, les relacions socials i també les nostres esperances i els nostres somnis. El seu poder transformador, ¿es tracta d'un miratge? ¿Com estudiar empíricament la relació entre tecnologia i societat? El primer problema que ens trobem quan fem recerca des de les ciències socials és intentar definir el nostre objecte d'estudi. Depèn de com dirigim la mirada, podem analitzar Internet com a fenomen, com a tecnologia, com a espai social, com a mitjà de comunicació, com a mode de representació o com a producte de consum. Més enllà de la definició d'Internet com a xarxa d'ordinadors interconnectats, el què ens interessa esbrinar, com a investigadors, és el seu sentit en la vida quotidiana.

Des de la perspectiva del nostre grup de recerca, Internet és un objecte teòric complex que ha anat canviant en cada una de les nostres investigacions. El **Gircom** va començar la seva trajectòria amb l'estudi de les formes de sociabilitat online, de la identitat virtual i de les relacions de gènere en les interaccions mediades per ordinador, temàtiques que han estat un focus important de la recerca social vinculada a Internet. En l'estudi impulsat des del Gircom sobre sociabilitat en el campus virtual de la UOC (2000) analitzàvem les interaccions dels estudiants en un espai electrònic de debat. Ens interessava estudiar la participació i els processos pels quals es porta a terme una acció conjunta, es gestionen els conflictes i es generen sentiments de pertinença i de compromís; tot això a partir d'entrevistes *online* i *offline* amb un grup de participants i de l'anàlisi dels missatges segons la seva interconnexió i referencialitat (Vayreda, Núñez, Miralles, 2001:104-105).

Aquesta aproximació entra dins d'un enfocament de la recerca que prima la vida en la pantalla i que centra la seva atenció en el processos i fenòmens socials que es produeixen en la Xarxa. Podríem anomenar-la *la cerca de les comunitats virtuals o l'estudi del ciberespai*. Aquests estudis miren Internet com a espai social, de comunicació i d'interacció. Rheingold (1994) i Turkle (1997) són exponents d'aquesta línia i varen teoritzar respectivament sobre l'experiència comunitària i subjectiva de viure en la pantalla. Aquest "tenir en compte" l'experiència subjectiva dels participants ens va portar a realitzar un nou estudi sobre dones en xarxa, on partíem del supòsit que alguns dels espais de conversa electrònica sincrònica podrien haver esdevingut espais amigables per a les dones, espais on podrien establir les seves pròpies normes i regles de joc i obrir-se a dones de diferents procedències, edats, nivells educatius i estatus socioeconòmics (Gircom, 2002). Aquesta recerca pretenia observar el comportament *online*, com homes i dones es presentaven i intervenien en aquests canals creats per dones o amb referència explícita a ser un espai de dones, analitzant la dinàmica grupal, les relacions de gènere, els lideratges i les complicitats. En aquest estudi vam constatar que gran part de les nostres entrevistades *online* entenien la seva experiència *online* indisociable de la seva vida "real" i que la tesi defensada per Turkle sobre una nova subjectivitat fruit de la interacció amb els ordinadors només es donava en casos de un alt grau de reflexió sobre l'eina, però sobre tot, de qüestionament previ sobre la pròpia identitat. Malgrat la invisibilitat i l'anonimat que permeten aquests llocs, la interacció online no es produeix en un buit social i cultural, no podem prescindir dels contextos *offline*, de les diferents apropiacions que els i les cibernautes fan d'Internet: com expliquen i donen sentit a la seva experiència *online* i la integren dins la seva vida quotidiana.

Aquests resultats de recerca ens van confirmar que la interacció a Internet no pot ser estudiada independentment del context local dels usuaris i de la seva experiència, però també que en aquests estudis havíem menystingut l'artefacte, la relació entre les dinàmiques socials i l'arquitectura tecnològica. Calia posar l'èmfasi en Internet com a artefacte, com a mode de representació relacionat amb els mitjans de comunicació social, aproximació de recerca que Hine (2004) caracteritza com el fruit de l'encreuament entre la sociologia de la tecnologia i els estudis de comunicació. Podríem dir que es tracta d'una segona gran via d'aproximació a

l'estudi d'Internet des de la sociologia que posa l'èmfasi en com la gent utilitza, modifica i s'apropia d'Internet, com es popularitza i quines possibilitats creen els diferents agents socials (Gauntlett, 2000). Des del Gircom vam realitzar un estudi sobre l'espai electrònic de comunicació català (Gircom, 2003) que s'orientava a la cerca d'aquest nou objecte. En aquest estudi vam examinar els fòrums de participació pública d'una mostra de webs catalanes tenint especialment en compte els diferents dissenys tecnològics, gràfics i textuais. Aquest estudi mostrava la importància del disseny tecnològic en la configuració de l'espai virtual, i la imbricació de decisions tècniques i socials, tant per part dels dissenyadors i propietaris de les webs com dels seus usuaris. També apuntavem al fet que, malgrat que a Internet no hi ha fronteres nacionals i l'audiència s'imagina com a "global", les webs només tenen sentit en relació al móns locals, com assenyalava l'estudi ja clàssic de Miller i Slater (2000) sobre els illencs de Trinidad i el seu ús de la WWW com a espai de representació i d'actuació d'identitats ben arrelades a la realitat social i cultural d'aquell país.

Els estudis sobre la xarxa de xarxes comencen a ser abundosos, amb diferents temàtiques i línies de recerca que giren al voltant de les dimensions socials i culturals de les tecnologies de la informació i de la comunicació. Prenent com a punt de partida la pròpia activitat de recerca del Gricom, hem vist dues grans perspectives: l'anàlisi de les noves formes de sociabilitat i d'interacció en el ciberespai (enfocament microsociològic centrar en la interacció en la Xarxa), i l'anàlisi de les pràctiques i significacions socials d'Internet (pròxim a l'esfera dels estudis socials de la ciència i de la comunicació i que té en compte les relacions *on* i *off* en la vida quotidiana). Encara podríem assenyalar una tercera aproximació sociològica a Internet, que és important però que no ha estat desenvolupada pel nostre equip, i que es centra en l'anàlisi de les seves conseqüències en la societat (perspectiva macrosociològica). Aquesta mirada busca quines són les transformacions profundes al voltant de les tecnologies de la informació i de la comunicació i quines són les seves conseqüències en la societat. Cal copsar el canvi sistèmic, estructural, l'emergència d'un nou model de societat de la qual Internet seria un epicentre important. Es podria anomenar *la cerca de la societat de la informació i del coneixement*, i, seguint a Castells, proposaria estudiar quin és l'abast de penetració d'aquestes tecnologies i quines són els processos de canvi que

comporta o no en les organitzacions i en la pràctica diària (1998). Un exemple pròxim és el projecte de recerca PIC (<http://www.uoc.edu/in3/pic/cat/index.html>) de la Universitat Oberta de Catalunya, que té per objectiu l'obtenció de dades sobre la implantació de les TIC en l'àmbit de la societat catalana, produint informes sobre el món empresarial, educatiu (escola i universitats), governamental (relació institucions i ciutadania), ús domèstic i lleure. La idea de fons és detectar les característiques socials i culturals d'un nou model de societat emergent en aquests processos, però també, i al mateix temps, mostrar com funcionen les dinàmiques reals, els conflictes d'interessos entre els diferents actors **socials, com** les concrecions no són sempre el què esperàvem.

Una aproximació etnogràfica

Quan es tracta de fer recerca social sobre Internet, podem utilitzar la Xarxa o no, i també podem optar per combinar les dues estratègies. La recerca sobre Internet pot ser feta a través d'Internet, adaptant els mètodes de recerca a mà a les noves característiques del medi, o podem aplicar les tècniques ja consolidades d'obtenció de dades directament dels usuaris i no usuaris d'Internet (Mann i Stewart, 2000). Òbviament, ens referim aquí a mètodes de recerca qualitius que pressuposen l'obtenció de dades sobre el comportament i l'opinió a partir de l'observació directe, qüestionaris o entrevistes. Però no podem passar per alt en aquesta revisió, altres fonts d'informació que es poden obtenir a través de rastrejar el comportament dels usuaris a la xarxa, el flux d'emails en una organització, o la interconnexió de converses en un xat (Hewson i Yule, 2003). Dades de trajectòries, de connexions i de navegació que també poden servir per intentar respondre a la pregunta ¿Què fem a Internet?

Un dels mètodes utilitzats per a la recerca sobre l'activitat dels usuaris a la Xarxa és l'etnografia i la seva tècnica per excel·lència, l'observació participant. Es tracta d'observar el comportament dels usuaris al mateix temps que hi participem com un internauta més, ja que un dels trets més importants d'Internet i de la *worldwideweb* és precisament la seva utilització com a espai virtual d'interacció social. L'arquitectura d'Internet i el disseny d'aquests espais electrònics possibiliten la

comunicació entre molts usuaris simultàniament, en temps sincrònic i asincrònic, d'accés públic i d'accés restringit, i des de diferents nivells d'identificació dels participants. Aquesta flexibilitat ha suposat l'aparició d'innombrables fòrums, weblogs, wikis i xats, vinculats a pàgines web específiques o a grans proveïdors, introduint una facilitat sense precedents per a la comunicació i l'intercanvi d'informació a distància entre iguals (P2P) que fins i tot posa en perill les regles de joc dels *massmedia* i de les indústries de distribució de productes culturals. És per tal de copsar aquesta diversitat que el treball de camp etnogràfic resulta especialment interessant. És el mètode principal que hem utilitzat en el nostre grup de recerca i sobre el qual parlarem a continuació.

Concretament, l'etnografia virtual es planteja com un mètode adequat i adaptat a l'estudi de les interaccions mediades per ordinador. Un mètode que recull i té en compte l'experiència dels usuaris per explicar les accions i els comportaments *online*. Tanmateix, aquesta adaptació implica reconsiderar els supòsits de l'etnografia en general a la llum d'una etnografia feta a clicks de ratolí. La primera qüestió per al treball de camp *online* és: Amb qui interaccionem? Qui són els "altres"? Qui són els subjectes de la nostra recerca? Amb qui ens trobem en l'anomenat ciberespai? Mayans (2002) ens parla d'un ciber-altre i d'un tele-altre, mentre Hine (2004) aludeix a la impossibilitat d'establir en tots els casos una correspondència inequívoca entre una entitat *online* i una persona física; una correspondència entre la identitat que es manifesta en la Xarxa i la identitat mantinguda *offline*. Això és especialment rellevant quan estudiem xats i fòrums públics on l'agència del subjecte es presenta a partir d'un *nick*, d'un pseudònim o d'un perfil d'usuari, i sabem que un mateix internauta pot tenir més d'una identitat virtual actuant en el ciberespai i que pot manipular i inventar les seves dades corporals o sociodemogràfiques. No obstant, per a Hine, això no és un problema per a l'investigador, sinó un problema de recerca. És a dir, l'important és veure com els participants tracten la qüestió de l'autenticitat, quin valor li donen en la seva interacció *online*, com gestionen la seva identitat i com ho experimenten. Això vol dir que no es tracta de buscar qui hi ha darrera la pantalla, el subjecte "real" o la "veritable" identitat, sinó d'observar i analitzar el discursos sobre la identitat que posen en joc els propis participants en la interacció *online*.

Una segona problemàtica de l'etnografia virtual està relacionada amb el lloc on es realitza la recerca. La metàfora de l'espai ha estat una de les aplicacions de més èxit per a la interacció amb els nostres ordinadors. Com afirma Johnson (1997:24-25), per primer cop una màquina no va ser imaginada com una prolongació del cos, sinó com un nou entorn, un espai per ser explorat. La interfície gràfica desenvolupada per Engelbert, que ens permet moure'ns per la pantalla a cops de ratolí, va alterar la nostra relació amb les màquines i amb les nostres representacions. Ens va permetre interactuar amb les màquines a partir de representacions de l'agència del subjecte (la fletxa que representa i segueix el moviment del mouse) i dels programes (icones d'arxius i carpetes). Va ser el primer pas per a la comunicació interpersonal a partir d'interfícies gràfiques i textuals. La *Worldwideweb* permet doncs visualitzar les interfícies d'intercanvi d'informació textual i audiovisual entre usuaris com a "llocs" o "espais virtuals", al conjunt dels quals ens hi podem referir amb el concepte de ciberespai.

Bona part de l'observació participant passa doncs per l'exploració d'aquests espais virtuals, per a estudiar la vida social que s'hi crea. Això vol dir tractar amb dades textuals i gràfiques i crear una identitat *online* de l'investigador que el permeti moure's i interactuar amb altres entitats virtuals, amb altres representacions d'agents humans i no humans. Com creem aquesta identitat forma part també del procés de recerca (Contreras, 2004). Tanmateix, cal diferenciar l'objecte d'estudi de la unitat d'anàlisi i de la unitat d'observació. L'objecte d'estudi es sempre un objecte teòric (per exemple, les relacions de gènere), per al qual definim una unitat d'anàlisi (el ciberespai) i busquem una unitat d'observació empírica (tal o qual canal de xat). Òbviament, l'etnografia no té per què limitar-se a una unitat d'observació ni a la vida en la pantalla, però en l'etnografia virtual, aquest és un component principal.

Una altra problemàtica important en la pràctica de l'etnografia virtual és la qüestió de la mediació tecnològica. La recerca sobre Internet feta a Internet suposa un grau de reflexivitat sobre les relacions de l'etnògraf amb les seves eines de recerca. En molts manuals d'etnografia s'insisteix que la primera eina de l'investigador de camp és el propi investigador o investigadora. La copresència amb els subjectes que estudiem és un altre dels trets del mètode etnogràfic. Les pròpies impressions de la recercaire mentre està al camp són una de les primeres fonts que ha de considerar i

contrastar amb les dades que recull. Les dades de l'etnògraf són sempre descripcions del què ha vist fer o ha sentit dir. Transcripcions selectives i fragmentaries de l'acció social i dels esdeveniments que enregistra. La mediació tècnica de l'etnografia són el llapis i el paper, la gravadora d'àudio, i de vegades, el vídeo. Però en el cas de bona part de les interaccions mediades per ordinador, les dades que obté l'etnògraf són literals. En l'estudi de xats s'obté un document que recull una reproducció exacta de la interacció textual i gràfica portada a terme pels participants, en el cas dels fòrums electrònics l'activitat queda enregistrada pel mateix programa, tenint en compte, a més a més, que no es produeix una copresència i que la telepresència pot ser asincrònica. Per una banda, sembla poder fer-se realitat el somni de qualsevol investigador social: accedir a la totalitat de l'acció social i obtenir unes dades completes i isomòrfiques amb l'esdeveniment mateix. No hi ha transcripció ni traducció del gest a la fotografia, de la paraula oral a la transcripció escrita, no hi ha intermediació entre la realitat estudiada i la seva representació. Es pot analitzar "el què ha passat" sense tenir la sensació de que perdem informació. No obstant, això pot ser vist com una trampa, que passa per alt els contextos dels participants, les relacions invisibles entre ells, la memòria col·lectiva del grup i les dificultats interpretatives.

Per l'altra banda, la mediació tecnològica és més present que mai, no es pot invisibilitzar, no és transparent i forma part de la mateixa interacció que volem estudiar (Ardèvol, Bertran, Callen, 2003). Per poder comprendre què està passant en un xat, per exemple, hem d'aprendre a interactuar al ciberespai amb i a través del ordinador, hem de conèixer com està construït aquest espai social; com l'arquitectura d'Internet, els programes, les interfícies gràfiques i textuales organitzen la interacció, permeten unes accions i n'impossibiliten d'altres (Proulx, 1999). Només així podrem accedir a l'experiència de l'usuari i analitzar com s'apropia d'aquestes eines per dur a terme la seva acció social. És per aquesta raó que l'etnografia virtual posa l'èmfasi en l'autoreflexivitat de l'investigador o la investigadora i en el seu procés d'aprenentatge com a part de la recerca i, més que mai, entén l'etnografia com un procés comunicatiu entre l'investigador i el camp. L'etnografia virtual brinda així, una oportunitat única per transformar reflexivament el mètode etnogràfic en general i per repensar els pressupòsits teòrics sobre la mediació tecnològica en la recerca social.

Una última qüestió relacionada amb l'aplicació del mètode etnogràfic per a la recerca dels aspectes socials i culturals de la xarxa de xarxes és la del context, la definició del camp. ¿On s'acaba i on comença Internet? Un cop més, els límits són arbitraris, la qual cosa no vol dir que siguin aleatoris. L'etnografia virtual ¿és només circumscrita al ciberespai o pot i ha d'anar més lluny, cap als espais físics, cap a les persones de carn i ossos, i arribar fins i tot a les pràctiques quotidianes on Internet no hi és present? Com ja s'ha indicat més amunt, depèn de per a què fem la recerca i dels resultats que volem obtenir. Hine (2004) ens parla d'una etnografia virtual que no acaba en una sala de xat, sinó que és asituada i múltiple. És a dir, que es mou entre diferents espais virtuals i físics, i que segueix les múltiples interaccions dels contextos que creen els usuaris i als quals es refereixen. L'etnografia dels hackers, per exemple, no es fa exclusivament en llistes de distribució (Contreras, 2004). Seguint a Hine, la unitat d'anàlisi no té per què estar territorialment delimitada, ni tan sols vinculada al concepte de ciberespai. Podem imaginar una etnografia que segueixi a la gent, que investigui sobre les metàfores, els conflictes, sobre trajectòries, objectes i relacions.

Internet com a representació del món

Cada nova recerca ens proporciona una nova dimensió de l'objecte i el vincula amb diferents tradicions teòriques i metodològiques, de manera que els estudis d'Internet tallen les diferents disciplines: necessitem de la transversalitat per estudiar-lo d'una forma significativa i crítica. Óbviament, hi ha moltes formes d'estudiar com Internet "afecta" i "es afectat" per l'acció social, segons els usos que li donem a la feina, al lleure, en les nostres relacions interpersonals, en les institucions públiques, en l'activitat política, en l'art, en la pròpia tasca científica.

Internet és un objecte teòric per les ciències socials. Com a tecnologia, és un artefacte flexible, obert, mal·leable pels propis usuaris, una eina d'acció i de representació col·lectiva. Com a cultura, és portador d'un imaginari potent de transformació social, imaginari que impacte en el seu propi disseny. Un imaginari de transformació social que no és homogeni, sinó que respon a diferents interessos i

valors col·lectius, no extents de conflicte. A Internet hi trobem “de tot”: des de “nous moviments” socials i organitzatius que es generen a partir dels usos i apropiacions d’Internet, com pot ser el moviment copyleft, les xarxes ciutadanes, el netactivisme o el netart, fins a pràctiques tan “tradicionals” com pot ser buscar parella, escoltar música, participar en un concurs de TV3 o mirar pornografia. Per això, Internet és l’escenari d’una negociació cultural simbòlica que s’imposa per sobre altres tecnologies de la comunicació com la televisió, el cinema o el mòbil, constituint-se en la nova metàfora del món, en el nou espill on mirar-nos.

Bibliografia

Ardèvol, E. Bertran, M. Callen, B. Pérez, C. (2003) “Etnografía Virtualizada: la observación participante y la entrevista semiestructurada en línea”, *Athenea Digital*.

Castells, M. (1998) *La era de la Información. Economía, Sociedad y Cultura*. Madrid: Alianza Editorial.

Contreras, P. *Me llamo Kohfam; Identidad hacker: una aproximación antropológica*. Barcelona: Gedisa, 2004.

Gauntlett, D. (2000) *Web.Studies, Rewiring media studies for the digital age*. Arnold Publishers.

GIRCOM (2000) *La sociabilitat al Campus Virtual. Una aproximació a l’estudi de les comunicacions, interaccions i relacions dels estudiants de la UOC*. Informe de recerca no publicat.

GIRCOM (2002) *Entre dones a la xarxa*. Informe de recerca no publicat.

GIRCOM (2003) *La sociabilidad en línea: La piel de la web, estudio sobre foros de discusión en Internet*. Informe de recerca no publicat.

Hewson, C. Yule, P. et altri. (2003) *Internet Research Methods, a practical guide for social and behavioural sciences*, Thousand Oaks: Sage Publications.

Hine, Ch. (2004) *Etnografía Virtual*. Barcelona: Colección Nuevas Tecnologías y Sociedad, Editorial UOC.

Jonson, S. (1997) *Interface culture*. New York: Basic Books.

Jones, S. (1999) *Doing Internet Research, Critical Issues and Methods for Examining the Net*. Thousand Oaks: Sage Publications.

Mann, Ch. Stewart, F. (2000) *Internet Communication and Qualitative Research, a Handbook for researchin online*. Thousand Oaks: Sage Publications.

Mayans, Joan, (2002) “Nuevas Tecnologías, Viejas Etnografías. Objeto y método de la etnografía del ciberespacio”, *Quaderns de l’ICA. Observatorio para la CIBERSOCIEDAD* (<http://cibersociedad.rediris.es>) <http://cibersociedad.rediris.es/mayans/nuevas.htm>

Miller, Daniel & Slater, Don (2000) *The Internet, An Ethnographic Approach*, Oxford: Berg.

Projecte Internet Catalunya, PIC (2004) <http://www.uoc.edu/in3/pic/cat/index.html>, Universitat Oberta de Catalunya.

Proulx, S. (1999) “La construction sociales des objets informationnels: matériaux pour une ethnographie des usages”. <http://barthes.ens.fr/atelier/articles/proulx.html>

Rheingold, H. (1996) *La comunidad virtual. Una sociedad sin fronteras*. Barcelona: Gedisa.

Turkle, Sh. (1998) *La vida en la pantalla*, Barcelona: Paidós.

Vayreda, A.; Núñez, F.; Miralles, L. (2001) “La Interacción mediatizada por ordenador: Análisis del *Fòrum d’Humanitats i de Filologia* de la Universitat Oberta de Catalunya.” *Apuntes de Psicología*, vol. 19, n°1, mayo 2001.