

# LA ETNOGRAFÍA COMO MÉTODO DE INVESTIGACIÓN EDUCATIVA: DISEÑO DE UN PROCEDIMIENTO PARA EL MUNDO DIGITAL

---

SHEILA PARRA GÓMEZ  
*Universitat Jaume I, Castelló*

## 1. INTRODUCCIÓN

La etnografía es un procedimiento frecuente en las Ciencias Humanas y Sociales que, además de diatribas y evoluciones oportunas, se ha visto forzada a adaptarse a las nuevas formas de relacionarse en la era de Internet 2.0. o 3.0. Tanto es así que las posibilidades actuales han llegado a romper con los pilares básicos de la práctica etnográfica, sustituyendo o modificando las características del quehacer académico.

El presente trabajo expone las pesquisas de una revisión teórica intensiva, con motivo de una búsqueda de conocimiento que permitiera concretar un procedimiento en el entorno virtual de las redes sociales, concretamente en un estudio del ámbito educativo y de corte cualitativo. Así, aunque pudiera parecer que bastaba con una aproximación hacia la metodología, una consecuente planificación y la posterior aplicación; el problema surge al comprobar que ni siquiera los más recientes trabajos sobre la materia ofrecen la guía definitiva para emprender el camino. El foco de la investigación era una cultura concreta, de la cual en el mundo virtual circulan miles de imágenes susceptibles de ser analizadas y cuyos/as protagonistas tenían importantes impresiones que aportar a un relato común. Esos elementos alejaban la posibilidad de resignarse a un estudio cuantitativo (de los que abundan en Comunicación) y requería algo más: un paso hacia lo virtual, pero absolutamente ligado a su dimensión humana, representativa y pensante.

## 2. OBJETIVOS

Por todo lo introducido en el apartado anterior, el objetivo principal del presente trabajo es el de elaborar un recorrido por el método etnográfico desde sus inicios (incluyendo una breve definición) hasta su empleo en la era de la digitalización; con el fin de ofrecer, además de una revisión bibliográfica sobre el tema, un ejemplo de procedimiento para futuras investigaciones que se topen con la problemática de analizar las redes sociales de forma cualitativa sin referentes previos. El aspecto más singular en este caso era de ser una investigación educativa, pero a la vez, interdisciplinar, incluyendo análisis visual también.

## 3. METODOLOGÍA

Al tratarse de una revisión teórica, en la que no hay un experimento con participantes o instrumentos de recogida de datos, el proceso llevado a cabo ha consistido en “reorganizar la biblioteca, colocar unos textos junto a otros, [...], y producir así un nuevo efecto de sentido” (Larrosa, 1995, p.259). Y es que, el avance tecnológico y la inmersión de la sociedad en la web 2.0 requieren que los procedimientos se adapten a estos cambios, porque al igual que ciertas praxis van quedando obsoletas o pierden adecuación, aparecen por sí solas nuevas técnicas de recogida de información. Esto exige que, desde la academia, se repiensen las técnicas de investigación para ajustarlas y servir de guía para la comunidad.

Con todo, cuando se reorganiza la biblioteca, se profundiza en los textos oportunos, se recapacita sobre ellos (añadiendo la dosis exacta del propio investigador o investigadora, que deja parte de sus ideas plasmadas en el camino), y acaba teniendo lugar una exégesis, esto es, un esclarecimiento sucinto de todo lo absorbido, pero que contempla nuevas aristas y hasta un nuevo significado. Es por ello por lo que se escoge una metodología *interpretativa-comprensiva* (Ortiz-Ocaña, 2015), propia de las Ciencias Humanas y Sociales.

## 4. RESULTADOS

En este apartado se realiza la exposición de resultados de la revisión bibliográfica sobre la metodología apuntada, haciendo un recorrido por su idiosincrasia y preparando el terreno para poder llevar a cabo en el siguiente apartado el diseño metodológico propio.

### 4.1. APROXIMACIÓN A LA ETNOGRAFÍA Y SU DEVENIR

Para emprender el camino hacia la readaptación de un método tradicional, como es la etnografía, hacia su utilidad en el mundo digital, se debe atender a la definición de la misma. Partiendo de la mano de Hymes (1996), de lo que no es etnografía, se podría decir que esta no se asocia con el uso de métodos propios del diseño experimental y de la medición cuantitativa. No obstante, no todo lo que no se corresponde con ello es etnografía, por ello, si se acude a la noción más sencilla, se puede decir que la etnografía ha tratado de comprender y definir culturas o grupos de personas, advirtiendo lo que no se ve a simple vista y erigiendo conocimiento a su alrededor. Efectivamente, por ello hay quienes lo designan como un “arte hábil” que requiere que el o la “artista” refiera una gran “creatividad, imaginación e incluso sensibilidad estética” (Fabian & De Rooij, 2008).

Aunque sea un término con poco consenso, acudiendo a algunos ejemplos, a referentes en la materia de hecho, es recurrente citar a Hammersley y Atkinson, quienes definen la etnografía como:

un método concreto o a un conjunto de métodos. Su principal característica sería que el etnógrafo participa, abiertamente de manera encubierta, en la vida diaria de las personas durante un período de tiempo, observando qué sucede, escuchando qué se dice, haciendo preguntas; de hecho, haciendo acopio de cualquier dato disponible que sirva para arrojar un poco de luz sobre el tema en que se centra la investigación (Hammersley & Atkinson, 2001, p.15).

Desde la investigación social en la práctica educativa se dice que:

La etnografía es un método de investigación social en el que el investigador o investigadora pasa tiempo compartiendo la cotidianidad de un grupo de personas con el objeto de describir y arrojar luz sobre el sentido que la gente da a sus vidas o las acciones de sus vidas cotidianas (Antolínez et al., 2019, p.112).

A posteriori, a esta definición se la remata aludiendo a que es “un método de investigación social interesado en radiografiar y comprender las acciones y concepciones de un grupo de personas en un contexto determinado” (Antolínez et al., 2019, p.113).

Como ya apuntaba la primera noción que se ha señalado al principio, e históricamente desde Heródoto y sus Historias, la etnografía ha buscado la aproximación hacia otras culturas a través de la descripción de estas (Fabian & De Rooij, 2008). La disciplina a la que se ha visto vinculada de forma tradicional es la Antropología principalmente, en su interés por conocer culturas exóticas. El objetivo de esta ha sido hallar qué hacen las personas que observa, así como vislumbrar por qué lo hacen. Con todo, aunque se percibieran olas de etnografía desde la Edad Antigua, como método se desarrolla principalmente entre los siglos XIX y XX, siendo este último el de su apogeo (Atkinson & Hammersley, 1994).

De este modo, desde los años 20 del siglo XX, y tras los estudios sobre inmigración realizados por la Escuela de Chicago, la esencia de estos trabajos volteó de lo exótico y lejano, a lo propio (Antolínez et al., 2019), e incluso a lo individual, surgiendo también en este momento las historias de vida (Arráiz et al., 2019).

Posteriormente, surgen las primeras voces críticas, al atisbar en la práctica etnográfica la corrupción practicada por ciertos investigadores, en claro servicio al poder, creando informes que reproducían y reforzaban el sistema hegemónico. Por un lado, estaban los investigadores/as – como Clyde Kluchohn o Cora Dubois – enlazados con la CIA o el FBI; y, por otro lado, la práctica de etnógrafos/as que llevan a cabo su trabajo en verticalidad, no situándose al mismo nivel que los y las participantes (Antolínez et al., 2019).

De forma oficial, se declara una crisis en la metodología en 1967 durante el Simposio de Responsabilidad Social de la Antropología, y simultáneamente se establecen soluciones que, atendiendo y poniendo en valor la voz de las personas investigadas, den mayor rigor a los estudios (Antolínez et al., 2019). Estas pasan de sujetos a participantes y, además, mediante entrevistas cualitativas se pretende que dominen el coloquio. No en vano se les entiende como parte del proceso, ya que con sus

opiniones ya están dando su propia interpretación de los hechos que se estudian.

La etnografía, como se ha apuntado, tiende a describir aquello que estudia, es por ello por lo que de forma general se suele ver como sinónimo de describir (Blommaert & Jie, 2010), sin embargo, y a raíz de las críticas que ha recibido desde el cartesianismo, tradicionalmente la etnografía se formula a través de cuatro fundamentos:

- a. *Inducción*: la etnografía se concreta como una ciencia inductiva, puesto que con esta forma de razonamiento se alcanzan las conclusiones a partir de la observación de hechos o casos particulares (Blommaert & Jie, 2010). Se sitúa en la experiencia la creación de conocimiento, concretada en generalizaciones (Ballestín & Fàbregues, 2018). De hecho, la meta es construir conocimiento sobre el tema que se estudia, no obstante, huyendo del positivismo y loando las Ciencias del Espíritu, se dice que la etnografía no formula hechos ni leyes, solo realiza “declaraciones teóricas” (*theoretical statements*) (Blommaert & Jie, 2010) en base a las generalizaciones que ha obtenido de su análisis.
- b. *Visibilización*: se suele decir que la etnografía “hace visible lo invisible” (Hine, 2000; Blommaert & Jie, 2010). Se le atribuye a la metodología la capacidad de mostrar detalles que regularmente no se observan, esto es: da visibilidad. Por lo tanto, es esencial que la persona que investiga descubra tales aspectos, los ponga en el centro y acabe transformándolos en conocimiento.
- c. *Comprensión*: inherente a todo el proceso se halla el ejercicio de “comprensión detallada de las diferentes perspectivas de otras personas o grupos” (Rodríguez, 2019, p.113), ya que, si no se comprende de manera profunda aquello que se observa, ni se aportará conocimiento ni las pesquisas serán realmente enriquecedoras. Consecuentemente, no se trata solo de narrar una situación, una persona o un grupo de personas, sino que se debe comprender en profundidad la naturaleza del contexto y/o

de las personas. Esto para por interactuar con la realidad que desea conocerse, dialogar, conectar...

- d. *Presencialidad*: en este caso se habla de la participación, pero de aquella perpetrada por la persona que investiga, y es que, efectuar una investigación etnográfica se dice que es realizar un viaje, que tradicionalmente conllevaba un “desplazamiento” y un encuentro físico cara a cara (Hine, 2000). Esto se debe a que la inmersión en una cultura nueva sucede en la ubicación de esta, que supuestamente no es la propia. Asimismo, para corroborar que la etnografía no es sinónimo de describir únicamente, la presencialidad de la persona que investiga es obligatoria. En el punto anterior se ha mencionado la interacción solicitada, a lo que hay que añadir que “el proceso de aprendizaje es mutuo” (Blommaert & Jie, 2010, p. 28), pues si el etnógrafo o la etnógrafa no participan, no hay aprendizaje. Los instrumentos primordiales en este caso son: los oídos, los ojos y la boca de la persona que investiga. Con lo que, arduamente es un método neutral (Fabian & De Rooij, 2008), como ya se apuntaba en la metodología de este trabajo, la persona que investiga siempre deja algo de sí misma.

Con todo, y por lo general, la etnografía “cannot be assumed to be something already complete, ready to be inserted as a packaged unit in the practices and purposes of institutions whose conceptions of knowledge and research have long been different” (Hymes, 1996, p. 4), es decir, por sí sola, no es un método preciso, sino que depende y se conforma con las técnicas sobre las que se construye en cada proyecto (Pink et al., 2019), por lo menos en lo que atañe al procedimiento en el mundo digital.

#### 4.2. AÑO 2000: ETNOGRAFÍA VIRTUAL

De las críticas ya mencionadas en el punto anterior, y fruto de esa evolución que ya se inició en los años 20 del siglo pasado, a la hora de buscar ejemplos de estudios etnográficos de finales del mismo siglo se encuentran diferencias significativas. El quid de la cuestión lo ha marcado la presencialidad, ya que la principal ventaja del mundo digital,

incluso desde la era de Internet 1.0 ha sido la ruptura de “barreras físicas, geográficas y sociales” (Llamas & Pagador, 2014).

Actualmente, concurren múltiples denominaciones para el procedimiento – “etnografía virtual, etnografía digital, ciberantropología, etnografía mediada, netnografía, antropología de los medios, etnografía del ciberespacio, etnografía de/en/a través de Internet” (Ruíz & Aguirre, 2015, p. 70) –, un hecho que ya denota su agudo dinamismo y la gran adaptabilidad que presenta.

Con todo, se sitúa el origen de esta nueva etapa de la etnografía en el año 2000, con el trabajo titulado *Etnografía virtual* de Christine Hine (2000), si bien hubo algunas aportaciones cercanas, a finales de los años noventa, como las de Nancy Baym, Shelley Correll, y David Hakken, entre otros (Pink et al., 2019).

Tomando Internet como un “artefacto cultural”, a través del que se puede lograr una “comprensión auténtica de la cultura en su estado natural”, según Hine (2000) y complementando estos con su propio trabajo sobre la repercusión mediática del caso de Louise Woodward, expone los elementos de su práctica, es decir, los diez principios de la etnografía virtual:

1. El/la investigador/a tiene la tarea de "reducir la extrañeza" que puedan ocasionarle otras formas de vida.
2. El ciberespacio “no necesariamente tiene que ser visto como un lugar apartado de cualquier conexión con la vida real o de la interacción cara a cara” (Hine, 2000, p.80).
3. Hay multiplicidad de espacios. La interacción mediada es fluida y móvil.
4. El trabajo de campo no tiene por qué suceder en un lugar físico. El objeto puede enfocarse a flujos y conexiones en lugar de en localidades.
5. Los límites, en especial entre lo online y offline, se van marcando en el curso del proceso.
6. También hay una dislocación temporal. La inmersión es intermitente, y tienen lugar interacciones y actividades en varias esferas.

7. Existe una clara parcialidad. El holismo no es posible. “Nuestras descripciones pueden basarse en ideas de relevancia estratégica para el análisis y no en representaciones fieles a realidades dadas por objetivas” (Hine, 2000, p.81).
8. Es importante el compromiso de la persona etnógrafa con el medio, pues compone una inestimable fuente de reflexión. La etnografía virtual puede extraer información útil de este/a en tanto informante.
9. Todas las formas de interacción son etnográficamente legítimas, no únicamente las que involucran un encuentro cara a cara.
10. La etnografía virtual se acomoda a la intención, práctica y real. Es configurable según su contexto.

Estos elementos, aunque no discuten ciertas nociones originales (como la inducción o la reflexión), sí que aportan nuevas dimensiones al procedimiento, sobre todo en lo que respecta al aspecto temporal y espacial. Es importante, resaltar que no se trata de la misma etnografía del siglo anterior, sino otra diferente en la que “otras formas de comunicación [...] han desbordado la presencialidad y lo geográfico” (Ruíz & Aguirre, 2015, p.69). De hecho, la etnografía digital:

no es una mera adaptación de un “viejo” método a un nuevo “campo” de estudio, [...]. La etnografía virtual es entonces una oportunidad para transformar reflexivamente el propio método y replantear los supuestos teóricos y epistemológicos que sustentan nuestra relación con lo técnico (Ardèvol et al., 2003, p.89).

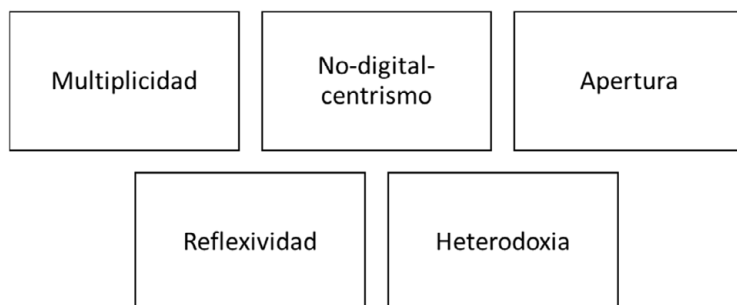
La ya mencionada crisis del método tradicional, en definitiva, provocó dos “giros”: uno que evolucionó hacia una etnografía feminista, o de lo visual o de los sentidos, representada con trabajos como los de Ruth Behar y Deborah Gordon, Marcus Banks, y Constance Classen, respectivamente, y que cuestionaba la objetividad del enfoque etnográfico abordado desde la hegemonía (Atkinson & Hammersley, 1994); y un segundo giro, que no concluye en sí mismo, centrado en lo digital, en el que Hine crea las bases de un nuevo método (Pink et al., 2019), las cuales se acaban de sintetizar.



#### 4.2.1. Las características de la etnografía digital

Tal y como ha pasado con las tecnologías, que han seguido avanzando, y de la web 1.0 se ha pasado a la 2.0 – que ha convertido a las personas consumidoras en prosumidoras (Toffler, 1980) – la metodología no ha dejado de aplicarse y de encontrar nuevas vías para su perfeccionamiento y avituallamiento para el nuevo escenario digital. Así, se hallan nuevos principios (Figura 1) (Pink et al., 2019) que, además de afianzar un significado propio del procedimiento digital, requiere una disposición abierta y personalizada de ella misma.

**FIGURA 1.** Nuevos principios de la etnografía digital por Pink et al., 2019.



Fuente: elaboración propia

El primero de estos principios es la multiplicidad. Y es que la etnografía digital brinda multiplicidad de métodos, ya que se reclama que cada proyecto surja de unas preguntas de investigación y objetivos particulares, y que estos sean los que moldeen el procedimiento. Se trata de aquello que se apuntaba al afirmar que la etnografía por sí sola no es un método revelador, sino que depende de las técnicas que la complementan.

En segundo término, lo que caracteriza la etnografía digital es lo No-digital-centrismo. De lo que trata este principio es de no basar la investigación puramente en el mundo digital, es decir, será determinante acompañar el trabajo de una triangulación que acceda a contrastar aquellos datos logrados exclusivamente virtual, ya que “las relaciones no son

puramente digitales” (Pink et al., 2019, p.27). Las personas no solo viven online, también (y, sobre todo) tienen identidades offline, por lo que es beneficioso conocer a los y las participantes del estudio.

De lo que se habla, pues en este aspecto, es de la *copresencia*, sobre la que Postill señalan cuatro maneras de estar en el campo: físicamente; de forma remota (*Skype*, por ejemplo); un “tercer lugar” que ni pertenece a la persona que investiga, ni a las que son investigadas; y estar imaginariamente en otro sitio con posterioridad al hecho. Ninguna opción es excluyente, sino que se puede variar de una a otra.

En esta línea, Deborah Lupton (2014), señala cuatro vías para emplear las nuevas tecnologías en los estudios:

- uso de instrumentos digitales para elaborar y entrelazar conversaciones;
- estudio del uso que las personas hacen de los medios, las tecnologías y los instrumentos digitales;
- el uso de instrumentos digitales para el análisis;
- la práctica del análisis crítico del uso y las consecuencias de los medios digitales.

En tercer lugar, otro principio de la etnografía digital lo conforma la apertura. En la línea con la maleabilidad ya citada, se le exige ser un proceso abierto y flexible. Sobre esto, la “investigación inductiva-iterativa” (O’Reilly, 2005) que debería caracterizar todo proyecto, viene a revelar precisamente la ineludible evolución que sobrelleva el mismo a lo largo de las etapas investigativas.

El cuarto aspecto, que incide con la etnografía más tradicional, es el de la reflexividad. Ya sea presencial o virtual, la persona que investiga absorbe unas impresiones que, tras reflexionar sobre ellas, producen unas aseveraciones. La interacción y la observación, como se ha señalado, son esenciales para llegar al aprendizaje y al conocimiento requeridos.

Por último, el quinto elemento es la heterodoxia. Como parte de la misión de “hacer visible lo invisible” propio de la etnografía, y nuevamente señalando la importancia de moldear el procedimiento, este aspecto hace

referencia a la innovación que debe acompañarlo, en sintonía con el progreso del propio mundo digital. Se trata de la búsqueda de nuevas vías para aproximarse al objeto o sujeto de estudio.

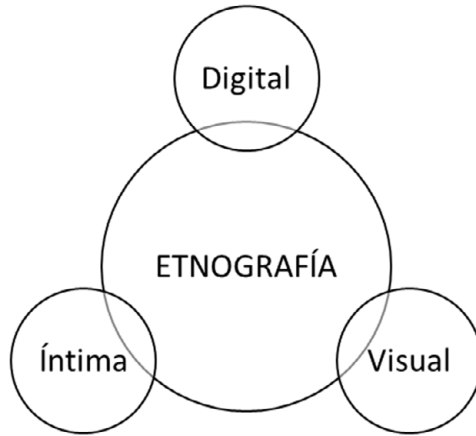
En definitiva, además de proyectar una definición global de la nueva etnografía digital mediante cada noción expuesta, de lo que se trata con esta revisión es de poder configurar un procedimiento propio que sirva de ejemplo para futuras investigaciones.

## 5. DISCUSIÓN

Con la dificultad planteada al inicio y las pesquisas de la revisión teórica llevada a cabo, es momento de exponer el diseño propio al que se ha querido llegar precisamente como solución a la problemática trazada. El hecho de encontrar (casi involuntariamente) información en el mundo digital que puede ser profundamente reveladora y provechosa, en este caso, para una investigación en el ámbito pedagógico, aparecía el reto de hallar una técnica que permitiera desarrollar y profundizar cada dato al máximo. Por ello, se acaba ideando un diseño propio, centrado en una etnografía digital, visual e íntima (Figura 2).

En un primer plano, y dado que el escenario principal de la investigación residía offline – en Twitter e Instagram, concretamente – era necesario sentar las bases de los estudios virtuales para guiar el proceso. Aunque el interés principal era el de llevar a cabo una investigación cualitativa, y de haber seleccionado otro medio – historia de vida, estudio de caso, etc. –, el dilema se hubiera resuelto, no parecía suficiente disposición, teniendo en cuenta que se buscaba la aproximación a una cultura concreta, es decir, se precisaban generalizaciones.

**FIGURA 2.** *Diseño propio de etnografía digital, ejemplo de procedimiento*



Fuente: elaboración propia

Por ello, se persiguieron técnicas de observación y de contraste de la información para poder triangular esta. Así pues, algunas de las técnicas son propiamente virtuales (diario etnográfico virtual), pero se complementan con entrevistas en profundidad, para conocer a los y las participantes en el mundo real y dar autenticidad al estudio.

En segundo término, y dado que las redes sociales están repletas de imágenes, el aspecto visual cobraba un sentido esencial en el proyecto que no podía dejarse de lado. Para abordar este punto, el método se sirve de la semiótica, dado que se ocupa de descifrar el significado de las imágenes, los gestos, los sonidos y los objetos, de los que abundan en las redes sociales, y que permiten comprender las narraciones corporales de cada individuo, y poder analizar las fotografías y los vídeos en una tercera técnica (además de las entrevistas y el diario) que consiste en el análisis de perfiles, y su posterior categorización y plasmación en matrices.

La tercera parte del procedimiento, que se ha denominado el aspecto íntimo, tampoco podía obviarse, es decir, no podía dejarse oculto en la etiqueta etnográfica, sino que debía acompañar a esta. Lo íntimo no es otra cosa que las interpretaciones, tanto las de la persona que investiga como de las personas que participan en el estudio y aportan sus propias

ideas. El arte de la interpretación es lo que se viene denominando hermenéutica, y es la última pieza del diseño.

Puede pensarse que el procedimiento hermenéutico está presente en toda investigación en la que hay exégesis, pero su trascendencia en el presente diseño no solo reside en las voces silenciadas que tienen un megáfono en las entrevistas en profundidad, y gracias a ellas difunden sus ideas, sino que el diario etnográfico de la persona que investiga – en calidad de *insider* de la cultura estudiada, a la vez que investigadora – aportaba en el presente estudio una importancia innegable.

Finalmente, acatando los principios formulados en el punto anterior, y siempre teniendo presente la flexibilidad inherente del procedimiento, se señala como modelo este diseño interdisciplinar en el que median materias como la Antropología, la Pedagogía, la Lingüística y hasta el Arte, para aprovechar al máximo las posibilidades que ofrece la web 2.0, y poner en valor las investigaciones cualitativas, menos presentes en estudios de este tipo, pero del todo necesarias para humanizarlas y exhibir las particularidades.

## 6. CONCLUSIONES

La revisión teórica llevada a cabo aporta unas nociones esenciales, las cuales acompañan al procedimiento que, aunque, como se ha señalado tiene muchas etiquetas actualmente, conforma la etnografía digital. Esta se aleja del “viejo” método del siglo XIX, y se presenta como uno nuevo derivado de aquel, con el que ya solo comparte unas pocas premisas, como la inducción o la reflexividad.

Al fin y al cabo, tal y como la sociedad tecnológica ha avanzado, se ha requerido otro tanto a los métodos científicos que la estudian. Sin buscarlo, ha aparecido nueva información valiosa para su observación y análisis, que de forma reciente empieza a sistematizarse y a buscar nuevas praxis, a través de estudios cuantitativos, pero también cualitativos o mixtos.

En definitiva, las nociones que son clave en la etnografía digital aquí expuestas son las que hablan de un procedimiento eminentemente

flexible y dinámico; el aspecto espaciotemporal con sus múltiples opciones; y la ruptura casi absoluta con la presencialidad de la persona que investiga. Se trata de diseñar proyectos que, partiendo de estas bases, y respaldados por la interdisciplinariedad, se pongan al servicio de la ciencia con el fin de aportar de una forma más rigurosa el conocimiento. El presente trabajo con su revisión bibliográfica y la ejemplificación de un procedimiento concreto se propone como guía para futuros investigadores/as que busquen diseñar métodos semejantes y se encuentren con el mismo problema de partida, esto es, una ausencia de investigaciones previas similares.

## 7. REFERENCIAS

- Antolínez-Domínguez, I., García-Cano Torrico, M., & Ballesteros-Velázquez, B. (2019). Aproximación al método etnográfico. En Ballesteros-Velázquez, B. (coord.). *Investigación social desde la práctica educativa* (pp. 103-160). Madrid: Universidad Nacional de Educación a Distancia (UNED).
- Ardèvol-Piera, E., Bertrán, M., Callén-Moréu, B., & Pérez, C. (2003). Etnografía virtualizada: la observación participante y la entrevista semiestructurada en línea. *Athenea digital* 3, 72-92.  
<https://doi.org/10.5565/rev/athenead/v1n3.67>
- Arraiz-Pérez, A., Sabirón-Sierra, F., & Ballesteros-Velázquez, B. (2019). Investigación a través de historias de vida. En Ballesteros-Velázquez, B. (coord.). *Investigación social desde la práctica educativa* (pp.161-223). Madrid: Universidad Nacional de Educación a Distancia (UNED).
- Atkinson, P. & Hammersley, M. (1994). Ethnography and Participant Observation. En Denzin, N.K. & Lincoln, Y.S (eds.). *Handbook of Qualitative Research* (pp.248-261). London: SAGE Publications, Inc.
- Ballestín-González, B. & Fàbregues-Feijoó, S. (2018). *La práctica de la investigación cualitativa en ciencias sociales y de la educación*. Barcelona: Editorial UOC.
- Blommaert, J. & Jie, D. (2010). *Ethnographic fieldwork, a beginner's guide*. Bristol: Multilingual Matters.
- Fabian, J. & De Rooij, V. (2008). Ethnography". En Bennett, T. & Frow, J. (eds.). *The Sage handbook of cultural analysis*. (pp.613-631). New York: Sage Publications.
- Hammersley, M. & Atkinson, P. (2001). *Etnografía. Métodos de investigación*. Barcelona: Ediciones Paidós Ibérica, S.A.

- Hine, C. (2000). *Etnografía virtual*. Barcelona: Editorial UOC.
- Hymes, D. (1996). *Ethnography, linguistics, narrative inequality. Toward an understanding of voice*. Bristol: Taylor and Francis Ltd.
- Larrosa, J. (1995). Tecnologías del yo y educación. En Larrosa, J. (ed.). *Escuela, poder y subjetivación* (pp. 257-329). Madrid: La Piqueta.
- Llamas Salguero, F. & Pagador Otero, I. (2014). Estudio sobre las redes sociales y su implicación en la adolescencia. *Enseñanza & Teaching*, 32, 43-57.
- Lupton, D. (2014). *Digital Sociology*. Londres y Nueva York: Routledge.
- O'Reilly, K. (2005). *Ethnographic Methods*. Londres: Routledge.
- Ortiz-Ocaña, A. (2015). *Enfoques y métodos de investigación en las ciencias sociales*. Bogotá: Ediciones de la U.
- Pink, S., Horst, H., Postill, J., Hjorth, L., Lewis, T. & Tacchi, J. (2019). *Etnografía digital. Principios y práctica*. San Sebastián de los Reyes: Ediciones Morata, S.L.
- Rodríguez-Gómez, D. (2019). El proyecto de investigación. En Meneses, J. (coord.). *Investigación educativa. Una competencia profesional para la intervención* (pp.63-160). Barcelona: Editorial UOC.
- Ruiz-Méndez, M.R. & Aguirre-Aguilar, G. (2015). Etnografía virtual, un acercamiento al método y a sus aplicaciones. *Estudios sobre las culturas contemporáneas* 41, 67-96.
- Toffler, A. (1980). *La tercera ola*. Bogotá: Plaza y Janés.