

Adaptación metodológica en un contexto de pandemia. Una aproximación reflexiva a las entrevistas por videollamada*

Isabel M. Aguilera¹

CEDER - Universidad de Los Lagos (Osorno, Chile)

Miguel Sepúlveda²

Universidad Católica del Maule (Talca, Chile)

RESUMEN

El objetivo de este artículo es dar cuenta de una adaptación metodológica en contexto de la pandemia COVID-19, en la que se modificó la aplicación de la técnica de recolección de información, de una técnica tradicional offline (la entrevista) en una modalidad online (videollamada). Considerando la ejecución de 30 entrevistas, describimos esta adaptación desde la gestión de flexibilidad en los diseños de investigación cualitativa y el rol de la reflexividad de los/as investigadores. En los resultados detallamos principalmente el lugar de correos electrónicos y mensajes vía *WhatsApp* en la construcción de *rapport*; los efectos de la videollamada en la interacción; y la introducción de la foto-elicitación. Esta reflexión metodológica aporta a la discusión sobre la flexibilidad y reflexividad cualitativa; adaptaciones metodológicas en investigaciones en curso y/o en contextos extraordinarios; así como sobre el uso de videollamadas en investigación cualitativa.

Palabras clave: Adaptación metodológica, Flexibilidad cualitativa, Reflexividad, Entrevistas, Videollamadas.

* Este artículo es producto del proyecto FONDECYT 11190383 "Producción y consumo en tiempos de la otredad como mercancía: el caso de los productos étnico-gourmet en Chile" financiado por la Comisión Nacional de Investigación Científica y Tecnológica (CONICYT).

¹ Dra. en Antropología. Correo electrónico: isabelaguilerab@gmail.com

² Sociólogo por la Universidad Católica del Maule: msepulvedas@ucm.cl

Methodological adaptation in a pandemic context. A reflexive approach to videoconferencing interviewing

ABSTRACT

The objective of this article is to report on a methodological adaptation in the context of the COVID-19 pandemic, in which the application of the data collection technique was modified from a traditional offline technique (the interview) to an online modality (videoconferencing). Considering the execution of 30 interviews, we describe this adaptation from the management of flexibility in qualitative research designs and the role of reflexivity of the researchers. In the results, we mainly detail the place of emails and messages via WhatsApp in the construction of rapport; the effects of videoconferencing in the interaction; and the introduction of photo-elicitation. This methodological reflection contributes to the discussion on qualitative flexibility and reflexivity; methodological adaptations in ongoing research and/or in extraordinary contexts; as well as on the use of videoconferencing in qualitative research.

Keywords: Methodological adaptation, Qualitative flexibility, Reflexivity, Interviews, Videoconferencing.

DOI: 10.25074/07198051.38.2298

Artículo recibido: 02/05/2022

Artículo aceptado: 13/06/2022

INTRODUCCIÓN

En noviembre de 2019 comenzamos una investigación titulada "Producción y consumo en tiempos de la otredad como mercancía: el caso de los productos étnico-gourmet en Chile", financiada por la Comisión Nacional de Investigación Científica y Tecnológica (CONICYT), para comprender la producción y el consumo de productos alimentarios de alta gama vinculados, por textos e imágenes, a pueblos indígenas, los que llamamos "étnico-gourmet". Llevaríamos a cabo observación participante en ferias y tiendas, entrevistas, y realizaríamos análisis de páginas web y redes sociales de pequeñas empresas. Logramos avanzar así hasta el 25 de marzo de 2020, cuando producto de la pandemia de COVID-19 comenzó la cuarentena en Santiago y el trabajo se detuvo por completo. Se había instalado un "cotidiano siniestrado", un estado signado por algo anormal que sacude lo privado y lo público, la casa y la calle, que exige formas de acción individual y social inéditas (Oyarzún, 2013).

Uno de esos elementos inéditos, para quienes nunca habíamos hecho educación a distancia, fue la necesidad de apropiarse rápidamente de tecnologías para la docencia. Otro, comenzar a gestionar prácticamente toda la vida material y afectiva a través de internet, muchas veces usando las mismas herramientas del espacio laboral: plataformas de videollamadas. Por ese medio, volvimos a vernos después de un periodo de silencio y a

pensar en nuestra investigación. Ejercitábamos por primera vez la co-presencia, es decir, compartir un tiempo y no un espacio (Beaulieu, 2010) para trabajar juntos uno en Talca y la otra en Santiago.

Confiados en la característica de flexibilidad y adaptabilidad de la metodología cualitativa (Vasilachis, 2006), nos planteamos ajustar nuestra metodología a las nuevas condiciones. El primer paso era saber si el fenómeno en estudio seguía existiendo en el nuevo contexto, para lo cual retomamos la observación de las fuentes online y contactamos a los/as consumidores/as y productores/as que habíamos conocido meses antes. Una de ellas nos contó que estaba “vendiendo más que nunca” y en los Instagram de las pequeñas empresas se observaba un intercambio de “comentarios” que anunciaban que la circulación de productos étnico-gourmet no había cesado. Así comenzó el proceso del que daremos cuenta en este artículo y cuyo objetivo es describir un caso de adaptación metodológica en el marco de pandemia del COVID-19, que ejemplifica cómo se gestiona en la práctica la flexibilidad de los diseños cualitativos y lo que ello demanda en términos de reflexividad de los/as investigadores/as. Además, dado el tipo de adaptación ejecutada, ofrecemos una descripción del uso de la técnica de las entrevistas semi-estructuradas por la modalidad de videollamada, dando cuenta con ello de algunas particularidades metodológicas interesantes sobre el uso de este tipo de comunicación.

Para sortear la distancia con consumidores de productos gourmet hicimos un cambio en apariencia sencillo: pasar la aplicación de una técnica tradicional offline, la entrevista, a un contexto online. Esta modificación corresponde a lo que Jankowski y van Selm denominan “innovación metodológica de nivel micro”, es decir, concerniente a “métodos y técnicas específicas orientadas a la recolección de información” (2005, p. 220). Se trata de una innovación que puede darse sin modificar cuestiones de nivel macro o epistemológicas ni de nivel medio o de diseño de investigación, tal como fue en nuestro caso donde no fue necesario modificar elementos de la estructura del diseño inicial. No obstante, para determinar el medio más conveniente para la entrevista sí fue imprescindible evaluar en qué medida en las nuevas condiciones nuestro planteamiento inicial seguía siendo factible. Por ello nos referiremos aquí tanto a ese examen previo, que incluye la selección de la mediación a utilizar, como a la planificación y ejecución de las entrevistas.

Considerar todas estas etapas del proceso de adaptación metodológica, no obedece simplemente al propósito de describir la misma, sino que permite adentrarse en varios elementos para el análisis. El análisis del diseño, muestra cómo establecimos la factibilidad de la adaptación, considerando si el problema de investigación se prestaba o no para un abordaje online. La descripción de la planificación de las entrevistas, por su parte, da cuenta del sentido que cobraron en nuestra experiencia nuevos elementos para la construcción del *rapport*. Por otra parte, dar cuenta del desarrollo de las entrevistas nos conducirá a observar cómo se produce la auto-reflexividad como práctica de los investigadores, así como la incorporación de nuevas estrategias conversacionales, como es en este caso el uso de la foto-elicitación. Por último, prestar atención a la ejecución de

las entrevistas por videollamada ofrece elementos para calibrar las ventajas y desventajas de su uso en contextos extraordinarios.

Al respecto, es importante señalar aquí que esta adaptación metodológica es una reacción a un cambio radical del contexto. En ese marco, el confinamiento y la pandemia incidieron en cada uno de los aspectos que trataremos en adelante y, por lo tanto, debemos hacer algunas advertencias. La particularidad de este caso, si bien aporta a la literatura sobre metodología cualitativa, se enmarca en un campo específico, aquel del proceso de ajuste de las investigaciones en situaciones extraordinarias que presionan hacia el uso de internet. La bibliografía que apunta a este tipo de análisis es todavía escasa y refiere a: estudios realizados en lugares cruzados por conflictos armados o situaciones de riesgo (Barakat, Chard, Jacoby y Lume, 2002; Kovats-Bernat, 2002; Cohen y Arieli, 2011; Thaler, 2015); investigaciones interrumpidas por desastres naturales o realizadas en lugares que los habían sufrido (Van Brown, 2020; Louis-Charles, Howard, Remy, Nibbs y Turner, 2020); e investigaciones donde se presentan problemas de acceso al campo, ya sea porque se trata de un campo sensible, como las clínicas de fertilidad (Illingworth, 2001), o por contingencias que lo impidan (Sedgwick y Spiers, 2009).

A partir de su uso como alternativa frente a sucesos inesperados, este caso también aporta a la discusión general sobre las entrevistas por videollamadas. Esto en el entendido que las entrevistas por videollamadas no son una alternativa, ni mucho menos una sustitución, a las entrevistas presenciales, sino que una técnica específica, factible, viable y válida en contextos definidos por la masificación de internet, la disponibilidad y familiaridad con las tecnologías (Redlich-Amirav y Higginbottom, 2014). Se trata de una técnica que, como todas, forma parte de diseños desde un principio y suele ser normal en investigaciones multisituadas. Por ejemplo, Archibald, Ambagtsheer, Casey y Lawless (2019) realizaron un estudio a nivel nacional en Australia y para asegurar la factibilidad prefirieron las videollamadas. Así mismo, Hanna (2012) utilizó el teléfono y *Skype* por razones de orden epistemológicas y éticas: dar la posibilidad a los/as participantes de elegir cómo querían hacer la entrevista; y, dado que la investigación versaba sobre turismo sustentable, respetar los principios ecológicos en relación al transporte.

METODOLOGÍA

Este artículo es parte de una investigación cualitativa y versa sobre un proceso de adaptación metodológica que se produce en el transcurso de dicha investigación. Emerge, por lo tanto, en el marco de la flexibilidad de este tipo investigación, se sustenta en la práctica de la reflexividad metodológica y la aplicación de la aplicación sistemática de la auto-observación sobre este proceso.

La flexibilidad, según Mendizábal (2006), es la “marca registrada” de la investigación cualitativa y refiere a la oportunidad de reconocer “situaciones nuevas (...) que puedan implicar cambios en las preguntas de investigación y los propósitos; a la viabilidad de adoptar técnicas novedosas de recolección de datos; y a la factibilidad de elaborar conceptualmente los datos en forma original” (2006, p. 67). En nuestro caso, la flexibilidad

permitió adoptar nuevas técnicas –la entrevista por videollamada y, más tarde, la foto-elicitación– y elaborar nuestros datos de una forma no prevista en el diseño, es decir, en tanto objeto de reflexión metodológica.

Esos datos surgen de la reflexividad como práctica sistemática de observación crítica del proceso de investigación y de auto-observación del investigador (Vasilachis, 2006). En este último sentido, la reflexividad refiere a la conciencia de sí mismo, de las propias condiciones sociales y del rol como investigador (Baranger, 2018; Guber, 2016). Que la investigación sea reflexiva, supone que la subjetividad del investigador no es separable del proceso de investigación, de manera que sus “acciones, observaciones, sentimientos, impresiones en el campo se transforman en datos, forman parte de la interpretación y son documentadas en diarios de investigación o protocolos de contexto” (Vasilachis, 2006 p. 27).

Entre junio y noviembre de 2020 realizamos la adaptación metodológica y condujimos cada uno 15 entrevistas. Durante ese tiempo, usamos diarios donde consignamos la etapa de adaptación y la etapa de ejecución. En ellos recogimos notas descriptivas e interpretativas respecto de distintas materias, pero la mayoría corresponden a: factibilidad de la innovación metodológica, observación de redes sociales, interacciones previas a entrevistas, situación de entrevista, contenidos de las entrevistas y nuevas hipótesis. En los diarios, además, de narrar nuestras sensaciones y evaluaciones respecto del trabajo y nuestro rol en él, dejamos espacio para elaborar la propia experiencia en pandemia y el devenir de nuestra colaboración.

A lo largo de esos meses hicimos jornadas de trabajo dos veces por semana a través de *Zoom*, una de ellas destinada exclusivamente a compartir nuestra experiencia e ir configurando los temas en común que desarrollamos en este artículo.

PENSAR UNA ADAPTACIÓN METODOLÓGICA. CONSIDERACIONES SOBRE EL DISEÑO

La primera etapa de nuestro trabajo fue el examen detenido del diseño investigación, sobre todo en lo que respecta al problema de estudio y la población. De ese modo buscábamos evaluar la viabilidad de usar una técnica de recolección de información que requería acceso a internet, posesión de dispositivos y familiaridad con la comunicación mediada.

Si bien es cierto que la vida online y offline están imbricadas y que la existencia tiende a estar tecnológicamente mediada (Hine, 2004; Murthy, 2008), no es menos cierto que el uso de internet y tecnologías de comunicación online es desigual según países, grupo socioeconómico, género, edad y zona de residencia (Lupton, 2015; Anderson y Tracey, 2002; O'Connor y Madge, 2001). Establecer tentativamente la relación de los/as potenciales participantes de nuestra investigación con determinadas tecnologías era un primer paso necesario. Para ello, consideramos el panorama nacional en cifras y el caso concreto que teníamos entre manos. Contábamos con dos antecedentes que hacían suponer que nos

moveríamos en un medio familiarizado con las herramientas digitales: la población objetivo y las características del fenómeno.

Respecto de la población, sabíamos que el consumo de bienes de alto valor simbólico – como los productos gourmet– se concentra en consumidores urbanos perteneciente a las capas con mayor capital cultural y económico (Oleschuk, 2016; Rössel y Schroedter, 2015). Durante el terreno, habíamos establecido contactos que efectivamente se ajustaban a esa descripción y cubrían entre los 35 y 45 años. Siguiendo los estudios de León y Meza (2020, 2018) observamos que este grupo se corresponde con el de mayor acceso a internet en Chile³ y, por lo tanto, era posible que usaran la comunicación por internet cotidianamente.

En relación a las características del fenómeno en estudio, partíamos de la hipótesis que cuando se investiga sobre fenómenos que acontecen total o parcialmente en internet, su uso para la comunicación con los actores de dicho fenómeno no debería generar extrañamiento (Gaiser, 1997; Beaulieu, 2010; Glassmeyer y Dibbs, 2012). Nuestro diseño consideraba desde un principio la observación de redes sociales y páginas web precisamente porque la comercialización de productos étnico-gourmet transita por esos soportes. Todavía más, nuestra indagación mostraba que durante la pandemia los Instagram de las tiendas y marcas seleccionadas acumulaban más comentarios bajo las publicaciones que con anterioridad. Es decir, que la relación entre los consumidores, los productores y los productos se estaban dando en el espacio virtual y por lo tanto utilizar un medio de comunicación online probablemente no les resultaría extraño.

Una vez establecidas estas coordenadas dimos el segundo paso: definir el medio pensando en el problema de investigación.

Diversos estudios han demostrado que, por teléfono, correo electrónico, mensajería instantánea o en sala de chat, es posible construir una relación fluida que dé origen a información valiosa y profunda (Kivitz, 2005; Deakin y Wakefield, 2014; Hanna, 2012; Ardèvol, Bertrán, Callén y Pérez, 2003; Beaulieu, 2010). Sin embargo, en cada caso la interacción es diferente en términos de sincronía y lenguajes, por lo tanto no cualquier medio se ajusta a los requerimientos de una investigación⁴. En este sentido, nuestra entrevista necesitaba de un modo de interacción que diera lugar a la emergencia de significados culturales y representaciones en un contexto de experiencia interrumpida por el confinamiento. Se trataba, además, de lograr una interacción que propiciara un habla reflexiva en torno a prácticas y preferencias alimentarias y de consumo.

Nuestra principal preocupación era respecto este tema. Las prácticas y preferencias alimentarias están interiorizadas y casi siempre rutinizadas, al punto que son consideradas obvias y/o “normales” y, por consiguiente, no resulta sencillo reflexionar

³ En Chile más del 80% de la población tiene acceso a Internet, alcanzando más del 90% en los segmentos de mayores ingresos. En términos de edad, el uso se concentra entre los 25 y 34 años (98%), luego desciende progresivamente (León y Meza 2020). Para el año 2017, los usuarios de internet en zonas urbanas alcanzaban un 76,1%, mientras que en zonas rurales un 49,6% (León y Meza, 2018).

⁴ Para comparaciones sobre interacción según tipos de mediación, ver: Chen y Hinton, 1999; Redlich-Amirav y Higginbottom, 2014; Hine, 2004.

sobre ellas (Contreras y Gracia, 2005). Además, el habla sobre alimentación tiende a reflejar y basarse en normas sociales y nutricionales (Fischler, 1995; Riquelme y Giacomani, 2018), y en nuestro caso –dado el tipo de productos y consumidores– era probable que encontráramos discursos normativos sobre alimentación de calidad y producción local. Por último, toda entrevista sobre alimentos está vinculada a los sentidos, la memoria y las emociones (Sutton, 2010), de modo que la expresión no verbal y los elementos paralingüísticos cobran gran relevancia. Por ejemplo, el habla sobre sensaciones tiende a acompañarse de gestos y sonidos: los dichos sobre texturas pueden ser expresados con un sonido (*crunch*) cuando son crujencias, mientras que el habla sobre algunos olores a veces requiere de gestos de los dedos cerca de la nariz y del fruncimiento del rostro.

Provocar un habla reflexiva respecto de nuestra temática, entonces, se facilitaría siendo activos en la entrevista para intervenir en tiempo real en la conversación, ya fuera para animar a hablar en caso que la obiedad de las prácticas cotidianas impidiera dar lugar a narrativas, o para re-conducir la conversación en caso que lo experiencial se supeditara a lo normativo.

Estas razones nos inclinaron a usar las videollamadas o VoIP (Voz por Protocolo de Internet), sistema que proporciona una forma de comunicarse por voz y vídeo a través de Internet en una conexión sincrónica (Redlich-Amirav y Higginbottom, 2014). La literatura destaca como una de sus ventajas tener un encuentro en tiempo real donde las partes pueden verse y utilizar lenguaje verbal y no verbal (Deakin y Wakefield, 2014; Hanna, 2012), cuestión que no sucede en la comunicación vía telefónica y que consideramos impactaría positivamente en la construcción de una relación de confianza entre investigadores y participantes, así como en la generación de una conversación natural y relajada, tal como ha sido indicado por autores como Archibald et al. (2019). Además, presentarían ventajas de orden práctico, flexibilidad en los horarios y lugares para realizar las entrevistas, que facilitarían el trabajo con personas o grupos de difícil acceso, cuestión que también ha sido indicada en la literatura al respecto (Iacono, Symonds y Brown, 2016; Seitz, 2016). En cuanto a las desventajas, el énfasis se ha puesto en las dificultades técnicas: una mala conexión a internet implica pérdidas de audio y desfases entre imagen y sonido que interrumpen la conversación (Seitz, 2016).

Una vez definido el medio, evaluamos la plataforma a utilizar y optamos por *Zoom* porque según los pocos datos disponibles era la plataforma más utilizada en Chile⁵ y, según la bibliografía, resultaba fácil de usar (Archibald et al., 2019). Para asegurar la privacidad, seguimos la sugerencia de Glassmeyer y Dibbs (2012) de no utilizar el sistema de grabación de la plataforma, sino que preferir las grabadoras de audio y el registro manual de gestos y paralingüismos. Informamos en cada contacto inicial los resguardos de seguridad y el modo de registro, sin embargo, dado que nunca los participantes quisieron profundizar en ello e, incluso, varios dijeron “graba como quieras”, difícilmente podríamos calibrar la

⁵ Según un estudio realizado por la empresa de telefonía WOM, durante la pandemia las aplicaciones de videoconferencia estaban siendo ampliamente utilizadas: un 88% de encuestados afirmó haberlas utilizado y las más recurridas eran: *Whatsapp* (80%), *Zoom* (56%) y *FaceTime* (25%).

importancia que tuvieron estos resguardos en la construcción de una relación de confianza, la cual, como veremos, venía desarrollándose con anterioridad a la entrevista.

PACTAR UN ENCUENTRO, EMPEZAR A CONVERSAR

Durante el trabajo de campo presencial que alcanzamos a desarrollar habíamos conocido a personas dispuestas a participar en la investigación. A través de ellas iniciamos una estrategia de muestreo por bola de nieve, pero decidimos también establecer nuevos contactos a través de redes sociales. Solicitamos entonces a dos productores que publicaran un anuncio sobre nuestro estudio en sus Instagram empresariales. Recibimos correos de interesados/as por el tema de investigación y con ganas de “hacer algo nuevo”.

Redactamos un correo tipo presentando nuestros objetivos y el tipo de entrevistas a aplicar. Enviamos también el consentimiento informado, porque aun cuando para el caso de las videollamadas se estima éticamente correcto obtener un consentimiento verbal⁶ (Deakin y Wakefield, 2014), el comité de ética nos animó a hacerlo por escrito. La mayoría de las respuestas, junto con aceptar la invitación, no traían adjunto el consentimiento firmado. Las personas no tenían impresora ni firma electrónica y no podían salir a la calle para imprimir y escanear. Este choque con la realidad dio lugar a intercambios por correo donde tempranamente los/as participantes comentaron su situación de confinamiento: donde estaban pasando la cuarentena, si estaban trabajando o no, los horarios en que tenían que estar en clases con sus hijos/as, etc. Ante esto, decidimos contestar también en un tono personal, renunciando a los mails “tipo” y mostrándonos abiertamente.

En las investigaciones que usan como técnica la entrevista por correo electrónico, como la de Kivits (2002), los correos previos a las entrevistas suelen ser una instancia de apertura (*self-disclosure*) buscada, es decir, planificada como estrategia de contacto. Nosotros, en cambio, no teníamos ese propósito, sino que ese “comenzar a conocernos” ocurrió de manera no planificada. La apertura entonces, no fue una estrategia para favorecer la interacción y, eventualmente, una interacción más igualitaria (O'Connor y Madge, 2001), tampoco un medio para generar una similitud o poner en evidencia que teníamos experiencias en común⁷ (Abell, Locke, Condor, Gibson y Stevenson, 2006), sino que la experiencia en común que favorecía la interacción vino dada por el contexto de pandemia y confinamiento. No podíamos, ni queríamos obviarla.

Además del correo electrónico, algunos participantes propusieron usar *WhatsApp*. Este medio dio lugar a conversaciones en tiempo real donde se colaba el humor, los emoticones y la superposición de frases, eso introdujo relajación de nuestra parte y, probablemente, una mayor cercanía. Ahora bien, este tipo de mensajería que permite la sincronía, pero suele devenir asincrónica y no tener un final claro, de modo que tuvimos que practicar la

⁶ Ver los planteamientos de Daniel Miller (<https://youtu.be/NSiTrYB-0so>) y Derya Kulavuz-Onal (<https://youtu.be/EOBSCBJwvDA>). Fecha de consulta: 22/10/20.

⁷ Sí usamos estratégicamente la apertura en otros momentos, pero en el sentido acotado de compartir ideas y experiencias concernientes a la investigación para animar a los/as participantes a extenderse y acercarse a un tono narrativo particular (Abell et al., 2006).

paciencia para no agobiar a los participantes, dominar la ansiedad frente a los “vistos” y asumir que algunos nunca serían contestados. Por otro lado, *WhatsApp* introdujo las imágenes. No solo porque pudimos atisbar nuestras caras en las fotos de perfil y los “estados”, sino porque nos enviaron información visual relacionada con la investigación: fotos de productos, *flyers* de ferias virtuales y noticias sobre ferias y productos.

En investigaciones anteriores habíamos usado tanto los correos como *WhatsApp*, pero exclusivamente como un preámbulo breve previo al encuentro presencial, es decir, como medios para fijar fechas y horarios, donde no se extendía la comunicación. Ahora, en cambio esos medios dieron lugar a un encuentro y a la colaboración activa en la investigación. Se trató entonces de un adelanto. Así, los intercambios previos a la entrevista confirman que “la mediación [opera] como una característica de las relaciones sociales antes que como una barrera para construir dichas relaciones” y que la relación entre participantes e investigadores puede construirse por fuera del “estar presenciando” al otro (Beaulieu 2010: 457-458).

A partir de lo anterior, planteamos una hipótesis. Quizá, la invitación a tener un encuentro vía videollamada establece que la relación a forjar se mantendrá a distancia y, por lo tanto, no habría razón para retrasar su desarrollo hasta la videollamada. De ahí, que distintos medios cobren usos y significados diferentes a los que se dan cuando la invitación es a un encuentro presencial. Esta hipótesis, complementaria a las características de los correos electrónicos o *Whatsapp*, dialoga con diversas investigaciones que indican que los medios no visuales, basados en el texto y que pueden o no permitir una comunicación sincrónica, favorecen la apertura, la sinceridad y el habla sobre lo personal por varias razones: la comodidad que otorgaría no ser visto (O'Connor y Madge, 2001); el mayor control de la situación por parte de los/as participantes (Illingworth, 2001); el uso del lenguaje escrito que requeriría ser más explícito porque no se puede recurrir a lo gestual (Joinson, 2005).

Sin embargo, hay que considerar que todo este proceso de comunicación, colaboración y apertura, se cimentó en pandemia y confinamiento, lo cual supone un escenario común e impelía, al menos en nuestra experiencia, a la comunicación. Es posible que también fuera así para los participantes, dada la buena tasa de respuesta a nuestros correos. Podemos sostener, entonces, que la imbricación entre las características propias de la mediación, de los medios y del contexto hicieron emerger instancias de participación activa que incidieron en el ritmo del *rapport*.

Si se nos permite la analogía con el *rapport* presencial, diríamos que el tipo de relación que se instaló a través de correo y WhatsApp se acerca a lo que Pitts y Miller-Day (2007) denominan “*self – and – other linking*”, refiriéndose a aquel momento de la relación investigador(a)-investigado(a) caracterizado por un mutuo reconocimiento como personas más allá de los roles en el marco de la investigación. Relación que supone integrar la vida cotidiana de investigadores y participantes en la interacción, y que se dio como el marco de relación general en el proceso que aquí describimos, permitiendo abrir la investigación a un habla emotiva y a la demostración de preocupación por un/a otro/a.

Todo este marco previo, sirvió también para ponderar la disposición de los/as participantes y para actualizar la pauta de entrevista en función de las circunstancias particulares y los intereses mostrados.

UNIDOS POR ZOOM

A continuación, daremos cuenta del desarrollo de las entrevistas en dos partes. Primero nos centraremos en describir el habla desde el confinamiento y las estrategias que utilizamos para provocar la evocación y la reflexividad. Luego, ofreceremos un apartado respecto de los horarios y lugares de realización de la entrevista, para reflexionar sobre lo que ello implicó en términos del equilibrio entre la mirada y la escucha en la investigación.

EL HABLA SOBRE UNA EXPERIENCIA INTERRUMPIDA

Los intercambios previos al encuentro por Zoom configuraron, como hemos dicho, una relación donde se pusieron sobre la mesa cuestiones personales e íntimas –estados de ánimo, de salud y de gestión de lo doméstico–, que dieron inicio a la colaboración activa en la investigación. Sin embargo, vernos y escuchar nuestras voces a través de la pantalla, no fue re-encuentro sino más bien encuentro nuevo donde a ratos se presentaba una continuidad de la forma de interacción previa, y a ratos era como si nos habláramos por primera vez.

Hacer la videollamada no sólo dio un encuadre nuevo en tanto estar viéndonos, sino que hizo más explícita la situación de investigación, y los roles de investigador/a y entrevistado/a se impusieron con más fuerza que en los intercambios previos. Por ejemplo, en los primeros minutos de las entrevistas los participantes mostraron un renovado interés respecto del desarrollo de la investigación y sus objetivos, y por nuestra parte desplegamos un lenguaje más técnico y sentimos la tensión de quien comienza el trabajo.

De todos modos, ese encuadre se vio intermitentemente asaltado por la cotidianeidad en cuarentena, al ser intercalado por momentos en que volvíamos a aparecer antes como personas que como investigadores/as. Esos deslizamientos hacia la pandemia fuera de ser un problema abrieron dos puertas. Una hacia la comodidad y la pausa, es decir, introdujeron aire en la conversación para luego retomar con renovada disposición las preguntas. La segunda condujo hacia las temáticas propias de la investigación en un sentido específico: formas de sustituir lo que antes se hacía presencialmente. Aparecieron entonces pequeñas historias sobre nuevas prácticas domésticas orientadas a *gourmetizar* los menús diarios o algunas instancias especiales. Se habló de cocinar en familia, de la emergencia del “vitrineo” virtual, el uso del *delivery* para acceder a productos previamente comprados en ferias, y en general respecto de la “pasión” por la buena mesa.

Encontramos un habla que entraba y salía de la pandemia, un habla sobre una experiencia interrumpida que, si bien, informaba sobre los significados y prácticas vinculadas a los productos étnico-gourmet, no llegaba a conformarse en un relato extendido sobre la

experiencia. La nostalgia algunas veces se mostró de manera sutil para dar paso a recuerdos pálidos sobre un consumo que, sin embargo, se consideraba relevante. Esa relevancia se afirmaba, tal como habíamos anticipado, a través de un discurso especializado sobre el mercado gourmet. Así, el registro de habla normativo tendía a sobreponerse a los recuerdos. En definitiva, la evocación parecía taponeada por la ausencia abrupta de la experiencia y por un futuro inimaginable, una barrera compleja cuando se trata de reflexionar sobre prácticas de consumo. Como sostiene Illuz (2009) el consumo requiere de la imaginación y esta “se apoya en y depende de sensaciones, sentimientos y emociones que hacen presente aquello que está ausente” (2009, p. 399). Necesitábamos entonces excitar sensaciones y emociones, y decidimos introducir una nueva estrategia conversacional: la foto-elicitación, una estrategia capaz de avivar la memoria y la emoción (Banks, 2010).

La foto-elicitación se basa en incorporar fotografías en entrevistas cualitativas con la finalidad de “provocar” a los participantes y promover pensamientos, recuerdos y asociaciones a través de un visionado conjunto (Banks, 2010; Clark-Ibáñez, 2004). Así, el diálogo en torno a fotografías no solo se orienta a obtener más información, sino a generar información de distintos tipos y profundidades, así como a conducir a un estado de reflexividad sobre la propia existencia social (Harper, 2002).

Aprovechamos las prestaciones de *Zoom* y diseñamos, con imágenes seleccionadas por nosotros, una presentación en *Power Point*. Mostramos láminas con fotos de espacios –ferias y tiendas– donde se podía apreciar la infraestructura y los alrededores, fotos de productos alimentarios y de interacciones entre clientes y vendedores. Decidimos mirarlas antes de orientarnos al guion indicando que esos eran los lugares donde habíamos alcanzado a hacer observación y ese el tipo de productos que nos interesaban.

Los participantes identificaron las ferias y rápidamente comenzaron a mencionar los productos que solían comprar, sus usos y lo que significaba para ellos “seguir” este tipo de ferias por la ciudad. Poco a poco, logramos ir accediendo a un relato donde la cognición no se imponía en todo momento a la emoción y la evocación. Un relato más equívoco, con recovecos que permitían acercarnos al sentido profundo de las prácticas.

La flexibilidad de la investigación cualitativa, no solo se mostró aquí como posibilidad de re-pensar el diseño y cambiar la modalidad de aplicación de la técnica principal, sino que hizo viable la incorporación de una estrategia conversacional no anticipada que trajo consigo un ejercicio en torno a imágenes y, por lo tanto, propició la emergencia de datos nuevos para nuestra investigación.

Finalmente, el resultado de todo este proceso fue una serie de entrevistas en pandemia que a ratos fueron sobre la pandemia, a veces sobre la relación entre el confinamiento y las prácticas de consumo, y la mayoría del tiempo sobre la materia de investigación. Entrevistas donde salimos y entramos al mundo que no estaba y al que estaba.

MIRADAS, ESPACIOS Y HORARIOS

Dedicaremos este último apartado a algunas consideraciones sobre la situación de entrevista y sus efectos en nuestra disposición y acción. Desde ahí, podremos considerar brevemente algunas ventajas y desventajas de las entrevistas por videollamada.

Si bien, como hemos visto, la aplicación de la técnica comenzaba desde un *rapport* más o menos asentado, en el desarrollo de las entrevistas no todo fue cómodo y fluido. Notamos que por pasajes apuramos el ritmo de la conversación introduciendo a destiempo preguntas o comentarios. Nuestra pauta, semi-estructurada, se volvió cerrada por momentos o, al menos, tendió hacia un formato más cerrado de preguntas y respuestas. No habíamos experimentado ese apuro estructurante en entrevistas presenciales, de tal manera que consideramos que esto podría tener relación con que el habla en confinamiento no fluía sin ayuda y ello pudo ponernos ansiosos. Pero también es posible que la razón sea otra: nuestra relación con la pantalla, la mirada, y por supuesto, el confinamiento.

Por *Zoom* la mirada queda encuadrada y en ese marco pasan tres cosas: nos miramos mutuamente con intensidad, nos vemos a nosotros mismos y vemos de más. En esta plataforma la mirada del otro es, quizás, más presente que en la presencialidad, una mirada re-concentrada dada, tal vez, por la extraña cercanía entre los rostros. Una cercanía que es distante e íntima a la vez, que agranda las caras y los ojos mientras invisibiliza el cuerpo. Por otro lado, vernos a nosotros en acción es observarnos desde afuera, ser espectador de uno mismo, algo imposible en una entrevista presencial y fascinante en el encuentro virtual: estábamos vivos, no estáticos frente a un espejo o una vitrina. Se trata de una fascinación que conduce la mirada hacia sí mismo convertido en un pequeño cuadrado en la pantalla, que duplica el uso de la mirada porque vemos al otro y nos vemos al mismo tiempo.

Junto con todo lo anterior, veíamos de más, porque detrás de las caras estaba la casa, había personas cocinando o comiendo, jóvenes sentados frente a otro computador, niños jugando; y no solo los veíamos, sino que también los oíamos. A través de *Zoom* entramos a la casa, a aquella "continuación de la piel [que] en la pandemia se volvió transparente" (Michelson, 2022, p. 130). Porque la casa es continuación del sujeto, y hacer entrevistas ahí nunca es inocuo. Por ello, definir dónde realizar entrevistas es parte del diseño de una investigación, aun cuando eso puede modificarse según las particulares relaciones que se van estableciendo. En contextos normales, las entrevistas en casas pueden tanto fomentar una sensación de control de la situación en los/as participantes, como hacer sentir incomodidad tanto a quienes participan como a los investigadores, cuestión que depende de factores que van desde el problema a investigar hasta las identidades de investigadores y participantes (Hanna, 2012; O'Connor y Madge, 2001). La virtualidad, en cambio, nos arrojó de inmediato a un espacio de intimidad. Aceptar realizar un encuentro por videollamada no es sinónimo de invitar a alguien a la casa y, sin embargo, ahí estábamos.

Quizá porque el tiempo en pandemia se reestructuró, hicimos la gran mayoría de las entrevistas en horarios antes reservados para cocinar y comer: entre las 12:30 y las 15:00 horas, y entre las 19:00 y las 21:00 horas. Nuestra disposición fue acomodarnos a los participantes, por lo tanto, no indagamos en sus elecciones de horarios, pero en varias oportunidades nos dijeron que ese era el mejor momento para estar más tranquilos, porque las demás personas estaban “haciendo algo” y porque podrían tener el computador a entera disponibilidad. Las clases y los trabajos en esos horarios estaban pausados o terminados. Los espacios en las casas también estaban reestructurados. Sus usos se habían multiplicado y no podíamos saber dónde estaríamos cuando se prendieran las pantallas. Conscientes de la situación, sugerimos únicamente privilegiar el lugar con menos ruido y entonces las elecciones de lugar no solo fueron variadas, sino que sorprendentes: hicimos entrevistas en dormitorios, patios y balcones, además de living y comedor.

Por nuestra parte, cada uno habilitó una habitación cerrada para trabajar, pero no preparamos una presentación particular en términos, por ejemplo, de vestuario, ni usamos una pared blanca u alguna otra forma de controlar la identidad que se intuye en los objetos. Se trató de una reciprocidad anticipada: no sabíamos qué nos mostrarían ellos/as y visto lo visto, fue una decisión acertada.

En estos tiempos y espacios, nuestra sensación de apuro se conjugaba con una cierta incomodidad, porque no solamente veíamos de más –actividades domésticas, interacciones entre los participantes y sus hijos, almohadas en la cama– sino que lo hacíamos en horarios asociados a la comensalidad familiar y, a veces, en espacios que si bien resultaron propicios en términos de tranquilidad y silencio, desconfiguraban nuestras nociones sobre las entrevistas y, de manera más general, respecto de los límites entre trabajo y vida.

Nos sentimos por momentos en el lugar de la mirada obscena –tanto en el sentido de llamar al pudor, al nuestro, como en el sentido de fuera de escena– y, sin planearlo, sorteamos ese embarazo recreando la escena “ideal” de la entrevista y retomando el rol de investigador quizás con forzada seriedad. En palabras de Frantzman (2019) hicimos un intento por “domar la mirada” y ese forzamiento, que contrastaba con la espontaneidad inicial de los encuentros, hizo que la pauta tomara un lugar preponderante. Recurrimos a ella constantemente, incluso cuando la manejábamos con holgura, lo cual estructuró la conversación más de lo deseado. Pero paralelamente, la pauta permitió descansar la mirada en un texto para volver a una escucha atenta, menos intervenida por la visión.

En esa misma línea, fue central el uso de las imágenes para la introducción de la foto-elicitación. Notamos que ese momento de la entrevista morigeró el peso de la mirada reconcentrada por *Zoom*. Pudimos, ambos, dejar de mirarnos y de ver nuestras caras y casas porque orientamos la mirada hacia otra cosa. En ese sentido, hacer mediar entre nosotros una nueva pantalla –la que hace el *Power Point*– pareció habilitar una distancia

quizás necesaria en tanto nos devolvía a momentos fundantes de la relación: interacciones donde no nos mirábamos mutuamente.

En nuestra experiencia, las ventajas adjudicadas a las videollamadas –flexibilidad de horario y elección de lugar para realizar la entrevista– (Archibald et al., 2019; Mirick y Wladkowski, 2019; Seitz, 2016; Deakin y Wakefield, 2014) tomaron un cariz diferente. Lejos de la idea de que en las videollamadas “el investigador y el investigado pueden estar en un ‘lugar seguro’ sin imponerse en el espacio personal del otro” (Hanna, 2012, p. 4), nos inclinamos a pensar que estas entrevistas fueron a distancia y al mismo tiempo intrusivas. Se trató de encuentros donde mostrarse (a uno mismo en sus cosas y su casa) fue norma y donde se desplegaron cuotas de intimidad inesperadas, dos cuestiones que incidieron en la interacción y pusieron en tensión el equilibrio entre escucha y mirada propia de la aplicación de esta técnica bajo la modalidad presencial tradicional.

CONCLUSIONES

A lo largo de estas páginas hemos descrito un caso de adaptación metodológica en el marco de la pandemia del COVID-19. La adaptación realizada es una innovación de nivel micro (Jankowski y Van Selm, 2005), porque corresponde al nivel de las técnicas de recolección de información.

La posibilidad y viabilidad de hacer entrevistas por videollamada para avanzar en una investigación cuyo diseño no las consideraba, es una muestra de la flexibilidad de las metodologías cualitativas y de la reflexividad como práctica investigativa. Ambas nos permitieron examinar nuestro diseño para evaluar la factibilidad de la modificación, cambiar de manera efectiva la modalidad de aplicación de la técnica principal, incorporar una nueva estrategia conversacional en el transcurso del trabajo, en base al uso de la foto-elicitación, y lograr una observación y auto-observación sistemática del proceso de investigación, así como de nuestro rol en él.

Hemos escrito este artículo siguiendo el orden lógico de nuestro trabajo. En primer lugar, abordamos el examen del diseño de investigación. Comenzamos por establecer la factibilidad de realizar entrevistas online considerando la extensión de la digitalización en la vida cotidiana, las características de la población y del fenómeno en estudio. Luego, nos detuvimos en la temática de la entrevista para determinar el tipo de mediación a utilizar. La necesidad de dialogar en torno a prácticas que tienden a ser irreflexivas y están íntimamente asociadas a los sentidos, nos condujo a optar por las videollamadas. Así podríamos aprovechar la comunicación en tiempo real –que permite ser activos en la interacción– y la visión, para incluir el lenguaje gestual común en el habla sobre los sentidos.

En segundo lugar, consideramos el establecimiento de los contactos con los participantes y lo que significó en el desarrollo de la relación con ellos el uso de correos electrónicos y mensajes por *Whatsapp*. Al respecto destacamos que ambas formas de comunicación –textuales y asincrónicas– favorecieron la apertura y la construcción del *rapport*. En este

sentido, una adaptación orientada a conducir entrevistas por videollamadas y, por lo tanto, asentada en las ventajas que otorgaban la sincronía y la multiplicidad de lenguajes se desplazó hacia otros medios, otras temporalidades y formas de expresión.

Finalmente nos centramos en la ejecución de las entrevistas. El habla desde el confinamiento supuso complejidades que sorteamos introduciendo un ejercicio de foto-elicitación. De ese modo, logramos traer lo ausente al presente, dar lugar a la emoción y la evocación, elementos constituyentes del consumo de bienes de alto valor simbólico. En este sentido, el medio seleccionado fue favorable porque la sincronía y la posibilidad de verse y ver algo juntos, efectivamente favorecieron el diálogo. Sin embargo, esa misma posibilidad sumada a otras ventajas de las videollamadas, como la libertad de elección de lugar y horarios, tomaron un cariz diferente en nuestro caso.

En un contexto de confinamiento obligatorio, las videollamadas nos parecieron más bien intrusivas y asociamos esa percepción con la experiencia de mirar al otro intensamente, de mirarnos a nosotros mismos y de ver de más. La intimidad y la cotidianeidad que se impusieron en las entrevistas, no fueron anticipadas en el proceso de adaptación y, por lo tanto, el encuentro cercano en espacios domésticos en lugar acercarnos a los/as participantes, nos cohibió. La familiaridad con *Zoom* no asegura la comodidad ni el relax frente a las pantallas y las miradas. De hecho, el marco de la imagen incidió en una sobreestructuración de las entrevistas, en una presencia de la pauta más importante de lo previsto y, en nuestra performance en general.

Esta última cuestión es uno de los nudos que este artículo deja sin resolver. Nuestra presencia en una videollamada causa una fascinación que conduce la mirada hacia uno mismo convertido en un pequeño cuadrado en la pantalla. Eso fue el elemento que, de manera más radical, marcó una diferencia con la presencialidad y que afectó nuestra capacidad de escucha, así como la fluidez de la situación de entrevista. Prepararse de antemano para esa experiencia visual es un desafío abierto para nuevas investigaciones, ya sea que se trate de una adaptación metodológica o un diseño original basado en videollamadas.

Otro elemento a profundizar es el encadenamiento entre distintos medios de comunicación que acontece cuando se invita a los participantes a tener una relación a distancia. Como hemos dicho, la propuesta de hacer una entrevista por videollamada activó de maneras inesperadas el uso del correo electrónico y mensajería instantánea. Valdría la pena concentrar la atención en este punto para comprender no solo las razones del encadenamiento entre medios, sino también las posibilidades que abre para la investigación social.

Cuando realizamos esta adaptación metodológica sentíamos el peso de la pandemia y el confinamiento en nuestras vidas y nuestro trabajo. En ese sentido, el contexto tuvo un peso determinante en las decisiones metodológicas y el desarrollo de las entrevistas. Sin embargo, que el contexto incida en las decisiones y las acciones de los investigadores no es ninguna novedad cuando se trata de investigación cualitativa. Lo interesante es más

bien preguntarse cómo se gestiona la realidad cambiante y cómo se introduce la realidad en la investigación. En nuestro caso, la pandemia y el confinamiento nos dispusieron de un modo particular hacia el trabajo y la comunicación. De ahí que hayamos realizado esta adaptación metodológica para seguir indagando en la pregunta que nos convocaba. A lo largo de las entrevistas la realidad se introdujo en tanto vivencia compartida de un cotidiano siniestrado, pero no colonizó la interacción con los/as participantes ni impidió extendernos en el tema de la investigación. Más bien se trató de una intermitencia voluntaria e involuntaria que abrió paso a un habla sobre el mundo recordado e imaginado, el que existía al momento de la entrevista y el que se veía o no venir.

REFERENCIAS

- Abell, J., Locke, A., Condor, S., Gibson, S. y Stevenson, C. (2006). Trying similarity, doing difference: the role of interviewer self-disclosure in interview talk with young people. *Qualitative Research*, 6(2), 221-244.
- Anderson, B. y Tracey, K. (2002). Digital Living: The impact (or otherwise) of the Internet on Everyday British Life. En *The Internet in Everyday Life* (pp. 139-163). Blackwell.
- Archibald, M., Ambagtsheer, R., Casey, M. y Lawless, M. (2019). Using Zoom Videoconferencing for Qualitative Data Collection: Perceptions and Experiences of Researchers and Participants. *International Journal of Qualitative Methods*, 18, 1-8.
- Ardevól, E., Bertrán, M., Callén, B. y Pérez, C. (2003). Etnografía virtualizada: La observación participante y la entrevista semiestructurada en línea. *Athenea Digital*, 3, 1-21.
- Banks, M. (2010). Métodos visuales e investigación de campo. En *Los datos visuales en la investigación cualitativa* (pp. 83-124). Ediciones Morata.
- Baranger, D. (2018). Notas sobre la noción de reflexividad en sociología y en la obra de Bourdieu. En J. Piovani y L. Muñiz (Coords.), *¿Condenados a la reflexividad? Apuntes para repensar el proceso de investigación social* (pp. 22-51). CLACSO.
- Barakat, S., Chard, M., Jacoby, T. y Lume, W. (2002). The composite approach: research design in the context of war and armed conflict. *Third World Quarterly*, 23(5), 991-1003.
- Beaulieu, A. (2010). From co-location to co-presence: Shifts in the use ethnography for the study of knowledge. *Social Studies of Science*, 40(3), 453-470.
- Chen, P. y Hinton, S. (1999). Realtime Interviewing Using the World Wide Web. *Sociological Research Online*, 4(3), 63-81.
- Clark-Ibáñez M. (2004) Framing the Social World With Photo-Elicitation Interviews. *American Behavioral Scientist*, 47(12), 1507-1527.
- Cohen, N. y Arieli, T. (2011). Field research in conflict environments: Methodological challenges and snowball sampling. *Journal of Peace Research*, 48(4), 423-435.
- Contreras, J. y Gracia, M. (2005). *Alimentación y Cultura. Perspectivas antropológicas*. Ariel.
- Deakin, H. y Wakefield, K. (2014). Skype interviewing: Reflections of two PhD researchers. *Qualitative Research*, 14(5), 603-616.
- Fischler, C. (1995). *El (h)omnívoro. El gusto, la cocina y el cuerpo*. Anagrama.
- Frantzman, A. (2019). *El ojo y la mirada: la ilusión del deseo*. <http://elgranotro.com/ilusion-del-deseo/>

Gaiser, T. (1997). Conducting On-Line Focus Group: A Methodological Discussion. *Social Science Computer Review*, 15(2), 135-144.

Glassmeyer, D. y Dibbs, R-A. (2012). Researching from a Distance: Using Live Web Conferencing to Mediate Data Collection. *International Journal of Qualitative Methods*, 11(3), 292-302.

Guber, R. (2016). *La etnografía. Método, campo y reflexividad*. Siglo Veintiuno Editores.

Hanna, P. (2012). Using internet technologies (such as Skype) as a research medium: A research note. *Qualitative Research*, 12(2), 239-242.

Harper, D. (2002). Talking about pictures: a case for photo elicitation. *Visual Studies*, 17(1), 13-26.

Hine, C. (2004). Social Research Methods and The Internet: A Thematic Review. *Sociological Research Online*, 9(2), 110-116.

Iacono, V., Symonds, P. y Brown, D. (2016). Skype as a Tool for Qualitative Research Interviews. *Sociological Research Online*, 21(2), 103-117

Illingworth, N. (2001). The Internet Matters: Exploring the Use of the Internet as a Research Tool. *Sociological Research Online*, 6(2), 79-90.

Illuz, E. (2009). Emotions, Imagination and Consumption: A new research agenda. *Journal of Consumer Culture*, 9(3), 377-413.

Jankowski, N. y Van Selm, M. (2005). Epilogue: Methodological Concerns and Innovations in Internet Research. En *Virtual Methods. Issues in Social Research on the Internet* (pp. 199-207). Berg.

Joinson, A. (2005). Internet Behaviour and the Design of Virtual Methods. En *Virtual Methods. Issues in Social Research on the Internet* (pp. 21-34). Berg.

Kivitz, J. (2005). Online Interviewing and the Research Relationship. En *Virtual Methods. Issues in Social Research on the Internet* (pp. 35-49). Berg.

Kovats-Bernat, C. (2002). Negotiating Dangerous Fields: Pragmatic Strategies for Fieldwork Amid Violence and Terror. *American Anthropologist*, 104(1), 208-222.

León, R. y Meza, S. (2018). *Brecha en el uso de Internet: una expresión de la exclusión social*. Fundación País Digital.

León, R. y Meza, S. (2020). *Brecha en el uso de Internet: Desigualdad digital en el 2020*. Fundación País Digital.

Louis-Charles, H., Howard, R., Remy, L., Nibbs, F., y Turner, G. (2020). Ethical Considerations for Postdisaster Fieldwork and Data Collection in the Caribbean. *American Behavioral Scientist*, 64(8), 1129-1144.

- Lupton, D. (2015). *Digital Sociology*. Routledge.
- Mendizábal, N. (2006). Los componentes del diseño flexible en la investigación cualitativa. En Vasilachis de Gialdino, I. (Coord.) *Estrategias de Investigación Cualitativa* (pp. 65-106). Gedisa.
- Michelson, C. (2022). *Hacer la noche*. Paidós.
- Mirick, R. y Wladkowski, S. (2019). Skype in Qualitative Interviews: Participant and Researcher Perspectives. *Qualitative Report*, 24(12), 3061-3072.
- Murthy, D. (2008). Digital Ethnography: An Examination of the Use of New Technologies for Social Research. *Sociology*, 42(5), 837-855.
- O'Connor, H. y Madge, C. (2001). Cyber-Mothers: Online Synchronous Interviewing using Conferencing Software. *Sociological Research Online*, 5(4), 102-117.
- Oleschuk, M. (2016). Foodies of Color: authenticity and exoticism in omnivorous food culture. *Cultural Sociology*, 1(2), 217-233.
- Oyarzún, K. (2013). Cotidianeidad siniestrada: biopoder y género en relatos de catástrofe. En *Cuerpos, domesticidades y género* (pp. 213-227). Catalonia.
- Pitts, M. y Miller-Day, M. (2007). Upward turning points and positive rapport-development across time in researcher-participant relationships. *Qualitative Research*, 7(2), 177-201.
- Redlich-Amirav, D., y Higginbottom, G. (2014). New Emerging Technologies in Qualitative Research. *Qualitative Report*, 19(26), 1-14.
- Riquelme, O. y Giacoman, C. (2018). La comida en familia: La idealización de un evento social. *Revista Chilena de Nutrición*, 45(1), 65-70.
- Rössel, J. y Schroedter, J. (2015). Cosmopolitan cultural consumption: preferences and practices in a heterogenous, urban population in Switzerland. *Poetics*, 50, 80-95.
- Sedgwick, M. y Spiers, J. (2009). The Use of Videoconferencing as a Medium for the Qualitative Interview. *International Journal of Qualitative Methods*, 8(1), 1-11.
- Seitz, S. (2016). Pixilated partnerships, overcoming obstacles in qualitative interviews via Skype: A research note. *Qualitative Research*, 16(2), 229-235.
- Sutton, D. (2010). Food and the senses. *Annual Review of Anthropology*, 39, 209-223.
- Thaler, K. (2015). Mixed Methods Research in the Study of Political and Social Violence and Conflict. *Journal of Mixed Methods Research*, 1(1), 59-76.
- Van Brown, B. (2020). Disaster Research "Methics": Ethical and Methodological Considerations of Researching Disaster-Affected Populations. *American Behavioral Scientist*, 64(8), 1050-1065.
- Vasilachis de Gialdino, I. (2006). *Estrategias de Investigación Cualitativa*. Gedisa.