



REVISTA INCLUSIONES

EN RED: CONOCIMIENTO ANTROPOLÓGICO
Y NUEVAS TECNOLOGÍAS DIGITALES

Revista de Humanidades y Ciencias Sociales

Volumen 8 - Número Especial

Octubre / Diciembre

2021

ISSN 0719-4706

Editores:

Carlos Chiappe

Alejandra Ramos

CUERPO DIRECTIVO

Director

Dr. Juan Guillermo Mansilla Sepúlveda
Universidad Católica de Temuco, Chile

Editor

Dr. Alex Véliz Burgos
Obu-Chile, Chile

Editores Científicos

Dr. Luiz Alberto David Araujo
Pontificia Universidade Católica de Sao Paulo, Brasil
Drdo. Mario Lagomarsino Montoya
Universidad de Valparaíso, Chile
Universidad Adventista de Chile, Chile

Editor Europa del Este

Dr. Aleksandar Ivanov Katrandzhiev
Universidad Suroeste "Neofit Rilski", Bulgaria

Soporte Técnico

Lic. Rodrigo Arenas López
Obu-Chulr, Chile

Cuerpo Asistente

Traductora: Inglés

Lic. Pauline Corthorn Escudero
Editorial Cuadernos de Sofía, Chile

Portada

Lic. Graciela Pantigoso de Los Santos
Editorial Cuadernos de Sofía, Chile

COMITÉ EDITORIAL

Dra. Carolina Aroca Toloza
Universidad de Chile, Chile

Dr. Jaime Bassa Mercado
Universidad de Valparaíso, Chile

Dra. Heloísa Bellotto
Universidad de Sao Paulo, Brasil

Dra. Nidia Burgos
Universidad Nacional del Sur, Argentina

Mg. María Eugenia Campos
Universidad Nacional Autónoma de México, México

Dr. Francisco José Francisco Carrera
Universidad de Valladolid, España

Mg. Keri González

Universidad Autónoma de la Ciudad de México, México

Dr. Pablo Guadarrama González
Universidad Central de Las Villas, Cuba

Mg. Amelia Herrera Lavanchy
Universidad de La Serena, Chile

Mg. Cecilia Jofré Muñoz
Universidad San Sebastián, Chile

Mg. Mario Lagomarsino Montoya
Universidad Adventista de Chile, Chile

Dr. Claudio Llanos Reyes
Pontificia Universidad Católica de Valparaíso, Chile

Dr. Werner Mackenbach
Universidad de Potsdam, Alemania
Universidad de Costa Rica, Costa Rica

Mg. Rocío del Pilar Martínez Marín
Universidad de Santander, Colombia

Ph. D. Natalia Milanesio
Universidad de Houston, Estados Unidos

Dra. Patricia Virginia Moggia Münchmeyer
Pontificia Universidad Católica de Valparaíso, Chile

Ph. D. Maritza Montero
Universidad Central de Venezuela, Venezuela

Dra. Eleonora Pencheva
Universidad Suroeste Neofit Rilski, Bulgaria

Dra. Rosa María Regueiro Ferreira
Universidad de La Coruña, España

Mg. David Ruete Zúñiga
Universidad Nacional Andrés Bello, Chile

Dr. Andrés Saavedra Barahona
Universidad San Clemente de Ojrid de Sofía, Bulgaria

Dr. Efraín Sánchez Cabra
Academia Colombiana de Historia, Colombia

Dra. Mirka Seitz
Universidad del Salvador, Argentina

Ph. D. Stefan Todorov Kapralov
South West University, Bulgaria

COMITÉ CIENTÍFICO INTERNACIONAL

Comité Científico Internacional de Honor

Dr. Adolfo A. Abadía

Universidad ICESI, Colombia

Dr. Carlos Antonio Aguirre Rojas

Universidad Nacional Autónoma de México, México

Dr. Martino Contu

Universidad de Sassari, Italia

Dr. Luiz Alberto David Araujo

Pontificia Universidad Católica de Sao Paulo, Brasil

Dra. Patricia Brogna

Universidad Nacional Autónoma de México, México

Dr. Horacio Capel Sáez

Universidad de Barcelona, España

Dr. Javier Carreón Guillén

Universidad Nacional Autónoma de México, México

Dr. Lancelot Cowie

Universidad West Indies, Trinidad y Tobago

Dra. Isabel Cruz Ovalle de Amenabar

Universidad de Los Andes, Chile

Dr. Rodolfo Cruz Vadillo

Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla, México

Dr. Adolfo Omar Cueto

Universidad Nacional de Cuyo, Argentina

Dr. Miguel Ángel de Marco

Universidad de Buenos Aires, Argentina

Dra. Emma de Ramón Acevedo

Universidad de Chile, Chile

Dr. Gerardo Echeita Sarrionandía

Universidad Autónoma de Madrid, España

Dr. Antonio Hermosa Andújar

Universidad de Sevilla, España

Dra. Patricia Galeana

Universidad Nacional Autónoma de México, México

Dra. Manuela Garau

Centro Studi Sea, Italia

Dr. Carlo Ginzburg Ginzburg

Scuola Normale Superiore de Pisa, Italia

Universidad de California Los Angeles, Estados Unidos

Dr. Francisco Luis Girardo Gutiérrez

Instituto Tecnológico Metropolitano, Colombia

José Manuel González Freire

Universidad de Colima, México

Dra. Antonia Heredia Herrera

Universidad Internacional de Andalucía, España

Dr. Eduardo Gomes Onofre

Universidade Estadual da Paraíba, Brasil

+ Dr. Miguel León-Portilla

Universidad Nacional Autónoma de México, México

Dr. Miguel Ángel Mateo Saura

Instituto de Estudios Albacetenses "Don Juan Manuel", España

Dr. Carlos Tulio da Silva Medeiros

Diálogos em MERCOSUR, Brasil

+ Dr. Álvaro Márquez-Fernández

Universidad del Zulia, Venezuela

Dr. Oscar Ortega Arango

Universidad Autónoma de Yucatán, México

Dr. Antonio-Carlos Pereira Menaut

Universidad Santiago de Compostela, España

Dr. José Sergio Puig Espinosa

Dilemas Contemporáneos, México

Dra. Francesca Randazzo

Universidad Nacional Autónoma de Honduras, Honduras

Dra. Yolando Ricardo

Universidad de La Habana, Cuba

Dr. Manuel Alves da Rocha

Universidade Católica de Angola Angola

Mg. Arnaldo Rodríguez Espinoza

Universidad Estatal a Distancia, Costa Rica

Dr. Miguel Rojas Mix

*Coordinador la Cumbre de Rectores Universidades
Estatales América Latina y el Caribe*

Dr. Luis Alberto Romero

CONICET / Universidad de Buenos Aires, Argentina

Dra. Maura de la Caridad Salabarría Roig

Dilemas Contemporáneos, México

Dr. Adalberto Santana Hernández

Universidad Nacional Autónoma de México, México

Dr. Juan Antonio Seda

Universidad de Buenos Aires, Argentina

Dr. Saulo Cesar Paulino e Silva

Universidad de Sao Paulo, Brasil

Dr. Miguel Ángel Verdugo Alonso

Universidad de Salamanca, España

Dr. Josep Vives Rego

Universidad de Barcelona, España

Dr. Eugenio Raúl Zaffaroni

Universidad de Buenos Aires, Argentina

Dra. Blanca Estela Zardel Jacobo

Universidad Nacional Autónoma de México, México

Comité Científico Internacional

Mg. Paola Aceituno

Universidad Tecnológica Metropolitana, Chile

Ph. D. María José Aguilar Idañez

Universidad Castilla-La Mancha, España

Dra. Elian Araujo

Universidad de Mackenzie, Brasil

Mg. Romyana Atanasova Popova

Universidad Suroeste Neofit Rilski, Bulgaria

Dra. Ana Bénard da Costa

Instituto Universitario de Lisboa, Portugal

Centro de Estudios Africanos, Portugal

Dra. Alina Bestard Revilla

*Universidad de Ciencias de la Cultura Física y el Deporte,
Cuba*

Dra. Noemí Brenta

Universidad de Buenos Aires, Argentina

Ph. D. Juan R. Coca

Universidad de Valladolid, España

Dr. Antonio Colomer Vialdel

Universidad Politécnica de Valencia, España

Dr. Christian Daniel Cwik

Universidad de Colonia, Alemania

Dr. Eric de Léséulec

INS HEA, Francia

Dr. Andrés Di Masso Tarditti

Universidad de Barcelona, España

Ph. D. Mauricio Dimant

Universidad Hebrea de Jerusalén, Israel

Dr. Jorge Enrique Elías Caro

Universidad de Magdalena, Colombia

Dra. Claudia Lorena Fonseca

Universidad Federal de Pelotas, Brasil

Dra. Ada Gallegos Ruiz Conejo

Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Perú

Dra. Carmen González y González de Mesa

Universidad de Oviedo, España

Ph. D. Valentin Kitanov

Universidad Suroeste Neofit Rilski, Bulgaria

Mg. Luis Oporto Ordóñez

Universidad Mayor San Andrés, Bolivia

Dr. Patricio Quiroga

Universidad de Valparaíso, Chile

Dr. Gino Ríos Patio

Universidad de San Martín de Porres, Perú

Dr. Carlos Manuel Rodríguez Arrechavaleta

Universidad Iberoamericana Ciudad de México, México

Dra. Vivian Romeu

Universidad Iberoamericana Ciudad de México, México

Dra. María Laura Salinas

Universidad Nacional del Nordeste, Argentina

**REVISTA
INCLUSIONES** M.R.
REVISTA DE HUMANIDADES
Y CIENCIAS SOCIALES

Dr. Stefano Santasilia
Universidad della Calabria, Italia

Mg. Silvia Laura Vargas López
Universidad Autónoma del Estado de Morelos, México

Dra. Jaqueline Vassallo
Universidad Nacional de Córdoba, Argentina

**CUADERNOS DE SOFÍA
EDITORIAL**

Dr. Evandro Viera Ouriques
Universidad Federal de Río de Janeiro, Brasil

Dra. María Luisa Zagalaz Sánchez
Universidad de Jaén, España

Dra. Maja Zawierzeniec
Universidad Wszechnica Polska, Polonia

Indización, Repositorios Académicos/Universitarios y Bases de Datos Académicas

Revista Inclusiones, se encuentra indizada en:





REX



UNIVERSITY OF SASKATCHEWAN



Universidad de Concepción



BIBLIOTECA UNIVERSIDAD DE CONCEPCIÓN



ORES



uOttawa

Bibliothèque Library



**ETNOGRAFÍAS DIGITALES:
EL QUEHACER ANTROPOLÓGICO EN Y A TRAVÉS DE INTERNET**

DIGITAL ETNOGRAPHIES: ANTHROPOLOGICAL WORK IN AND THROUGH THE INTERNET

Lic. Roberta Aller

Universidad de Buenos Aires, Argentina
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4815-9307>
robertaaller@gmail.com

Fecha de Recepción: 01 de septiembre de 2021 – **Fecha Revisión:** 02 de septiembre de 2021

Fecha de Aceptación: 13 de septiembre 2021 – **Fecha de Publicación:** 01 de octubre de 2021

Resumen

En este artículo me propongo reflexionar sobre la pertinencia de la perspectiva antropológica y la etnografía para abordar las interacciones que se desarrollan en y a través de las redes. Para ello, discurriré sobre algunas características de lo digital en la actualidad y su análisis desde las ciencias sociales. Asimismo, analizaré las formas de conceptualizar Internet. Por último, a partir de mi propio trabajo de campo con fandoms en Argentina, detallaré algunas precisiones sobre la aplicación del método etnográfico al estudio de lo digital. Sostengo que la antropología no sólo puede analizar las prácticas y vínculos que giran en torno a Internet, sino que debe hacerlo: actualmente, se ha vuelto necesario etnografiar espacios virtuales y físicos para pensar cualquier fenómeno social contemporáneo. Internet debe pensarse a través de sus usos, en su contexto, y los campos online y offline deben construirse en continuidad, adaptando las principales técnicas etnográficas.

Palabras Claves

Antropología – Metodología – Tecnologías – Virtual – Fandoms

Abstract

In this article, I intend to reflect on the relevance of anthropological perspective and ethnography to address the interactions that develop in and through the web. To do this, I will discuss some characteristics of the digital objects and its analysis by the social sciences. I will also analyze the ways of conceptualizing the Internet. Finally, I will detail some aspects on the application of the ethnographic method to the study of digital spaces, recurring to my fieldwork experience with fandoms in Argentina. I maintain that anthropology is not only able to analyze the practices and bonds that revolve around the Internet: it must do so. Nowadays, it has become necessary to ethnograph virtual and physical spaces to think about any contemporary social phenomenon. The Internet must be thought through its uses, in its context, and the online and offline fields must be built in continuity, adapting the main ethnographic techniques.

Keywords

Anthropology – Methodology – Technologies – Virtual – Fandoms

Para Citar este Artículo:

Aller, Roberta. Etnografías digitales: el quehacer antropológico en y a través de internet. Revista Inclusiones Vol: 8 num Esp. (2021): 01-22.

Licencia Creative Commons Attribution Non-Comercial 3.0 Unported
(CC BY-NC 3.0)

Licencia Internacional



Introducción

Los usos de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación han influido y producido numerosos cambios en las formas en que nos vinculamos con otros. Hoy, gran parte de nuestras interacciones sociales se producen en y a través de la red; Internet constituye una de las dimensiones centrales de nuestras vidas. Esas prácticas y vínculos desarrollados en la virtualidad se entrelazan constantemente con nuestro día a día *offline*.¹ En todo momento somos y nos pensamos en el espacio *online* y en el físico, sin concebirlos como dos mundos aparte, sino como dos planos de nuestra vida. En ese sentido, Internet puede pensarse como una herramienta y un espacio social en el que las personas se extienden a ellas mismas y a sus relaciones.²

Si, entonces, en la actualidad la red permea todos los ámbitos de la vida social, personal y colectiva,³ ¿qué ocurre con la antropología, cuya metodología tradicional se basa en el “estar ahí”? Así como Internet ha cambiado las formas en que construimos identidades, relaciones, comunidades, etc., también ha transformado la práctica antropológica. No solamente para abordar estos nuevos objetos o nuevas dimensiones de objetos preexistentes, sino también para aprovechar las posibilidades que Internet y otras nuevas tecnologías brindan como instrumento. Así, Internet se presenta como un ámbito de interacción, como un objeto de conocimiento en sí mismo, y también como un dispositivo para la producción de conocimiento.⁴ La pandemia de COVID-19 puso en evidencia de forma muy clara esta necesidad –que ya estaba presente– de (re)pensar nuestro hacer como investigadores sociales en un mundo atravesado por la virtualidad. En este contexto, se volvió ineludible deliberar sobre nuestra tarea como antropólogos, discutir la viabilidad de las técnicas de investigación tradicionales y adaptarlas a espacios digitales.

En este artículo me propongo reflexionar sobre la pertinencia de la perspectiva antropológica y el trabajo de campo etnográfico para abordar las interacciones que se desarrollan en y a través de las redes. Asimismo, analizaré algunos temas y técnicas específicos para el desarrollo del trabajo de campo antropológico digital. Para ello, recurriré a ejemplos y consideraciones personales surgidos de mi propia experiencia de investigación sobre el *fandom*⁵ de Harry Potter en Argentina. De esta manera, en una primera parte del trabajo, argumentaré sobre la pertinencia y necesidad de la perspectiva antropológica y del método etnográfico para el estudio de las interacciones y espacios

¹ Fuera de línea. Este término es utilizado para referir a aquellos espacios y vínculos que se producen fuera de Internet, en contraste con la palabra *online*, que refiere a todo lo que se desarrolla en y a través de la web.

² Oscar Grillo, “Internet como un mundo aparte e Internet como parte del mundo”, *Nuevas Tecnologías* Vol: 5 (2007): 59-65.

³ Edgar Gómez Cruz y Elisenda Ardèvol, “Ethnography and the field in media(ted) studies: A practice theory approach”, *Westminster Papers in Communication and Culture* Vol: 9 num 2 (2013): 27-46.

⁴ Elisenda Ardèvol, Adolfo Estalella y Daniel Domínguez, D., “La mediación tecnológica en la práctica etnográfica”, *Ankulegi* (2008): 9-29.

⁵ A pesar de las discusiones etimológicas sobre su origen, la mayoría de los fans y académicos hispanohablantes lo define como una contracción de las palabras inglesas *fan* y *kingdom* (reino). Es un término nativo utilizado por los fans para denominar la comunidad de pertenencia de la que forman parte junto con otros fans. Entiendo a los *fandoms* como grupos de personas que se constituyen en torno a un objeto de interés, se sienten parte de una comunidad construida por ellos y comparten un universo simbólico común.

Roberta Aller, “¿Entre fans y devotos?: Prácticas, creencias y simbologías de culto en el *fandom* de Harry Potter (Argentina)”, Tesis de Licenciatura en Ciencias Antropológicas, Facultad de Filosofía y Letras, Universidad de Buenos Aires (2020).

digitales. A su vez, presentaré algunas conceptualizaciones sobre Internet que considero necesarias para realizar etnografía en y a través de ella. Luego, en una segunda parte, recuperaré algunos elementos y puntos de tensión para pensar cómo aplicar el método etnográfico al estudio de lo digital a partir de reflexiones surgidas de mi propio trabajo de campo.

1. Antropología, etnografía e Internet

Más allá del creciente interés por el análisis de lo digital en el último año, motivado por la imposibilidad de realizar trabajo de campo de manera tradicional, hace ya varias décadas que investigadores de diversas ciencias sociales discuten sobre la posibilidad de producir conocimiento sobre, en y a través de Internet. Puntualmente en Argentina, estas producciones académicas aún son escasas⁶ y representan una minoría respecto de otros objetos de estudio más tradicionales.⁷ Gómez Cruz y Ardévol⁸ señalan tres momentos de los análisis académicos sobre objetos digitales y método etnográfico. El primero es el de las etnografías del ciberespacio (en la década de los noventa), que sostenían que podían estudiarse las comunidades de Internet atendiendo únicamente a lo que sucedía “en la pantalla”. Estos trabajos caracterizaban a la red como un espacio de anonimato y descorporización y oponían un mundo virtual al mundo real. Por ello, muchos investigadores cuestionaban que se tratara de un verdadero objeto de estudio antropológico, viendo imposible la aplicación del método etnográfico. En un segundo momento, a partir del año 2000, se produjo un giro en los trabajos preocupados por lo que sucedía en las redes, y pasó a hablarse de etnografías de Internet. Estas investigaciones abandonaron la idea de un ciberespacio homogéneo, y comenzaron a acudir a los conceptos de *online* y *offline* para enfatizar las conexiones entre los dos ámbitos. Por último, a partir del 2005, con las etnografías digitales, se ampliaron los temas de estudio y se empezó a usar la mediación tecnológica para comprender fenómenos más amplios de la cultura y su relación con las prácticas digitales. Empezaron a buscarse las interrelaciones entre lo *online* y lo *offline* aún en aquellos estudios cuyo objeto se encuentra fundamentalmente en Internet.

⁶ Federico Álvarez Gandolfi, “Problemáticas en torno de las ciberculturas. Una reflexión sobre las posibilidades y los límites de la etnografía virtual”, *Cultura, lenguaje y representación* Vol: 16 (2016): 7-20.

⁷ Entre otros, pueden encontrarse por ejemplo trabajos como:

Carlos Scolari, *Hipermediaciones. Elementos para una teoría de la Comunicación Digital Interactiva* (Barcelona: Gedisa Cibercultura, 2006).

Oscar Grillo, “Internet como un mundo aparte e Internet como parte del mundo”, *Nuevas Tecnologías* Vol: 5 (2007): 59-65.

Nahuel Levy, “Quiero sólo gente que diga genialidades. Individualismo y solidaridad en comunidades digitales”, *X Congreso Argentino de Antropología Social, Facultad de Filosofía y Letras – Universidad de Buenos Aires* (2011).

Federico Álvarez Gandolfi, “Problemáticas en torno de las ciberculturas. Una reflexión sobre las posibilidades y los límites de la etnografía virtual”, *Cultura, lenguaje y representación* Vol: 16 (2016): 7-20.

Carolina Di Próspero. “Antropología de lo digital: Construcción del campo etnográfico en co-presencia”, *Virtualis* Vol: 7 num 15 (2017): 44-60.

Roberta Aller, “Entre lo online y lo offline: relaciones, identificaciones y comunidad en el fandom de Harry Potter (Argentina)”, *Actas de las X Jornadas de Jóvenes Investigadorxs Instituto de Investigaciones Gino Germani* (2019).

⁸ Edgar Gómez Cruz y Elisenda Ardévol, “Ethnography and the field in media(ted) studies: A practice theory approach”, *Westminster Papers in Communication and Culture* Vol: 9 num 2 (2013): 27-46.

Desde la perspectiva de estos últimos trabajos, Internet pasaría a constituirse en una parte de los objetos de estudio de cualquier investigador de la sociedad contemporánea, más que un objeto de estudio bien demarcado y delimitado.⁹ Pero, aunque Internet ha comenzado a ser pensado como un objeto legítimo para las ciencias sociales desde la década de los noventa, sigue siendo una cuestión controvertida en varios círculos académicos.¹⁰ Desde la antropología, el estudio de lo digital se ha preocupado por abordar los cambios que la tecnología habría producido en la naturaleza de la vida social; los espacios sociales surgidos en lo digital, con sus categorías y normas; el uso y apropiación de dichas tecnologías por parte de variados actores; y las articulaciones entre lo *offline* y lo *online*, entre otras cosas.¹¹ Sin embargo, continúan surgiendo las preguntas por la validez de abordar estos espacios y objetos antropológicamente, y por la factibilidad de hacerlo desde un enfoque etnográfico. Analizar lo que sucede en las redes, ¿sigue siendo antropología, a pesar de no poder hacernos presentes físicamente para vincularnos con nuestros sujetos? ¿Puede la etnografía ir más allá de ese localismo intenso y comprometido?

1.1. La pertinencia de un abordaje antropológico en y sobre Internet

La antropología se caracteriza por buscar conocer el mundo social poniendo especial énfasis en el punto de vista de quienes lo viven como principal instrumento de conocimiento. Su metodología principal, la etnografía, constituye un enfoque, un método y un texto. Como enfoque, se trata de una concepción y práctica de conocimiento que busca comprender lo social desde la perspectiva de sus miembros a través de la descripción y la interpretación. Como método, más allá de las técnicas específicas de recolección de la información (como, por ejemplo, la observación participante), implica que el principal instrumento para construir conocimiento es el investigador mediante su reflexividad. Finalmente, todo este proceso culmina en la producción de un texto, tercera acepción de la etnografía.¹² Es decir que la etnografía se basa en el “estar ahí”. Esto es, en un investigador que sale físicamente y se hace presente en el terreno, adentrándose en él (frecuentemente de manera prolongada), en una comunidad o grupo, e interactuando cara-a-cara con sus sujetos de estudio. Debe acercarse lo suficiente como para entender la sociedad que estudia, pero manteniendo la distancia necesaria para dar cuenta de ella. A partir de esta inmersión en un espacio, el etnógrafo observa, participa, conversa, comparte la cotidianidad con aquellos a quienes pretende comprender.¹³ Entonces, experimentar la cultura de un “otro” es entendido como estar co-presente físicamente con él.

⁹ Edgar Gómez Cruz y Elisenda Ardèvol, “Ethnography and the field in media(ted) studies: A practice theory approach”, *Westminster Papers in Communication and Culture* Vol: 9 num 2 (2013): 27-46.

Carolina Di Próspero, “Antropología de lo digital: Construcción del campo etnográfico en co-presencia”, *Virtualis* Vol: 7 num 15 (2017): 44-60.

¹⁰ Elisenda Ardèvol, Adolfo Estalella y Daniel Domínguez, D., “La mediación tecnológica en la práctica etnográfica”, *Ankulegi* (2008): 9-29.

¹¹ Elisenda Ardèvol y Débora Lanzeni, “Visualidades y materialidades de lo digital: caminos desde la antropología”, *Anthropologica* Año: XXXII num 33 (2014): pp. 11-38.

¹² Rosana Guber, *Etnografía. Método, campo y reflexividad* (Buenos Aires: Editorial Norma, 2001).

¹³ Rosana Guber, *Etnografía. Método, campo y reflexividad* (Buenos Aires: Editorial Norma, 2001). Carolina Di Próspero, “Antropología de lo digital: Construcción del campo etnográfico en co-presencia”, *Virtualis* Vol: 7 num 15 (2017): 44-60.

Elisenda Ardèvol, Adolfo Estalella y Daniel Domínguez, D., “La mediación tecnológica en la práctica etnográfica”, *Ankulegi* (2008): 9-29.

Esta perspectiva antropológica y su enfoque etnográfico se centraron primero en sociedades no industrializadas, exóticas y distantes. Luego en la propia sociedad occidental. Posteriormente, las formas de aplicarlos comenzaron a repensarse en función de la globalización y los procesos de desterritorialización y reterritorialización.¹⁴ Así, pasamos de campos circunscriptos, con fronteras precisas, a la posibilidad de etnografiar espacios multisituados, siguiendo nuestro tema de estudio a través de diversas estrategias. Cada uno de estos cambios ha expandido la etnografía hacia nuevos dominios empíricos, tensionando y transformando el método en el proceso.¹⁵ A este panorama se le sumó la creciente difusión de Internet y otras tecnologías: esto inevitablemente nos lleva a volver a revisar las formas de hacer etnografía.

Desde hace ya varios años, lo digital está en el centro de la aparición de nuevas formas sociales, como la emergencia de sectores productivos y formas de trabajo, de modos de interacción vinculados a tecnologías digitales como los videojuegos o las redes sociales, etc. Pero también puede surgir en cualquier objeto de estudio considerado tradicional para la antropología: migraciones, religión, luchas indígenas, entre tantos otros. En ambos casos, lo digital se vincula con la aparición de continuidades y de rupturas en nuestras formas de ser y estar en el mundo. Lo que ocurre en y a través de Internet, entonces, forma parte del objeto antropológico.¹⁶

De hecho, Internet no solamente ha supuesto la aparición de nuevos objetos de estudio o la modificación de los ya existentes, sino que también ha sido incorporado a la misma práctica científica. Desde los buscadores web hasta el correo electrónico y las redes sociales son usados para construir nuestro campo, localizar espacios o referentes, seguir relaciones, y hasta mantener nuestros vínculos en dicho campo. Las formas de relación mediadas son cada vez más frecuentes en la labor antropológica, aún si muchas veces no reflexionamos sobre ello.¹⁷ Si, entonces, los espacios digitales, junto con las interacciones cara-a-cara, se constituyen en lugares de intercambios simbólicos o campos de acción, tanto para los propios sujetos como para los investigadores,¹⁸ ¿por qué no habríamos de abordarlos desde la antropología? Las principales técnicas etnográficas como la observación participante y la entrevista también pueden ser aplicadas al estudio de las formas de sociabilidad y configuración de comunidades que tienen lugar en espacios virtuales. Se trata de extenderlas, pero también de adaptarlas,¹⁹ como desarrollaré en próximos apartados.

¹⁴ Carolina Di Próspero, "Antropología de lo digital: Construcción del campo etnográfico en co-presencia", *Virtualis* Vol: 7 num 15 (2017): 44-60.

Adolfo Estalella, *Etnografías de lo digital. Una monografía metodológica*. Manuscrito (2014).

¹⁵ George Marcus, "Etnografía en/del sistema mundo. El surgimiento de la etnografía multilocal", *Alteridades* Vol: 11 num 22 (2001): 111-127.

Carolina Di Próspero, "Antropología de lo digital: Construcción del campo etnográfico en co-presencia", *Virtualis* Vol: 7 num 15 (2017): 44-60.

Adolfo Estalella, *Etnografías de lo digital. Una monografía metodológica*. Manuscrito (2014).

¹⁶ Elisenda Ardèvol y Débora Lanzeni, "Visualidades y materialidades de lo digital: caminos desde la antropología", *Anthropologica* Año: XXXII num 33 (2014): pp. 11-38.

¹⁷ Elisenda Ardèvol, Adolfo Estalella y Daniel Domínguez, D., "La mediación tecnológica en la práctica etnográfica", *Ankulegi* (2008): 9-29.

Adolfo Estalella, *Etnografías de lo digital. Una monografía metodológica*. Manuscrito (2014).

¹⁸ Federico Álvarez Gandolfi, "Problemáticas en torno de las ciberculturas. Una reflexión sobre las posibilidades y los límites de la etnografía virtual", *Cultura, lenguaje y representación* Vol: 16 (2016): 7-20.

¹⁹ Christine Hine, *Etnografía virtual* (Barcelona: Editorial UOC, 2004).

Más allá de lo novedoso y necesario de abordar objetos que nacen de la digitalidad o que transcurren principalmente en Internet, debo hacer énfasis en la necesidad de construir espacios “híbridos”.²⁰ Debemos pensar qué dimensiones de nuestro tema de estudio discurren en la web, e incorporarlas con la misma naturalidad con que seleccionamos los espacios físicos que forman parte de nuestro campo. Del mismo modo, las prácticas y comunidades que se desarrollan en la virtualidad siempre tienen, de una manera u otra, un correlato en el mundo *offline*: Internet y sus usos deben ser pensados siempre en su contexto.²¹ Proponer el abordaje de espacios híbridos a partir de la etnografía requiere, entonces, pensar en dos cosas: en primer lugar, en cómo entendemos Internet y sus usos, como veremos en el próximo apartado. Y, por el otro, como desarrollaré en el último, implica repensar cómo aplicar los métodos tradicionales a espacios digitales.

Sostengo entonces que la antropología no sólo puede analizar las prácticas y vínculos que giran en torno a Internet, sino que debe hacerlo: actualmente, se ha vuelto necesario etnografiar espacios virtuales y físicos para pensar cualquier fenómeno social actual. Hoy en día resulta imposible comprender nuestras actividades y relaciones sin pensar en los aspectos de ellas que se desarrollan a través de la web. No se trata de decidir de antemano, sin considerar nuestro objeto, observar ni indagar en ambos espacios, pero tampoco de descartar el ámbito digital sin criterio ni justificación. Implica contemplar, al momento de construir el campo, qué dimensiones *off* y *online* atraviesan nuestro tema de investigación. Podríamos entonces dejar de pensar en etnografía clásica y virtual o digital, para hablar simplemente de etnografía, poniendo el foco en el intercambio entre ambos espacios, concibiéndolos en diálogo, en mutua continuidad.²² Sin embargo, considero útil la diferenciación entre ambas, y el uso de los conceptos de *online* y *offline*. En primer lugar, porque permiten hacer énfasis en la importancia de hacer etnografía en ámbitos virtuales. En segundo lugar, para no pasar por alto las diferencias metodológicas que implica el trabajo en ambos espacios. Y, finalmente, para considerar las particularidades que para los nativos puede tener cada uno de estos ámbitos, abordando así las especificidades de la interacción y prácticas llevadas a cabo en ellos.

1.2. Conceptualizando Internet(s)

Desde los primeros estudios sobre lo digital, las redes y el “ciberespacio”, Internet ha sido conceptualizado como un “mundo aparte”. Esto significaba entenderlo como un artefacto con la capacidad de crear, por sí solo, nuevas formas de vinculación e identidades alternativas que atraviesan límites sociales y culturales preexistentes.²³ Como proponía Escobar sobre Cyberia, las tecnologías tendrían el poder de engendrar culturas, prácticas y discursos.²⁴ Es decir, se pensaba a Internet como ambiente de su propia cultura separada y con sus propios nativos.

²⁰ Carolina Di Próspero, “Antropología de lo digital: Construcción del campo etnográfico en co-presencia”, *Virtualis* Vol: 7 num 15 (2017): 44-60.

²¹ Roberta Aller, “¿Entre fans y devotos?: Prácticas, creencias y simbologías de culto en el *fandom* de Harry Potter (Argentina)”, Tesis de Licenciatura en Ciencias Antropológicas, Facultad de Filosofía y Letras, Universidad de Buenos Aires (2020).

²² Julián Kopp, “Resumen de tesis de licenciatura. Un estudio del juego entre los jugadores de juegos de rol masivos en línea (MMORPG)”, *Revista Lúdicamente* Vol: 4 num 7 (2015).

²³ Oscar Grillo, “Internet como un mundo aparte e Internet como parte del mundo”, *Nuevas Tecnologías* Vol: 5 (2007): 59-65.

²⁴ Arturo Escobar, “Bienvenidos a Cyberia. Notas para una antropología de la cibercultura”, *Revista de Estudios Sociales* num 22 (2005): 15-35.

Estas concepciones de Internet implicaban una serie de presupuestos vinculados entre sí. Involucraban entender a Internet como un territorio definido y autónomo. Es decir, como un agente que produce cambios y crea realidad por sí mismo, y que, a su vez, se presenta como separado del mundo físico. A esta idea subyacía la de un Internet único, que nos afecta a todos de la misma manera. Esto se ligaba con la noción de Internet como un espacio desterritorializado, deslocalizado, descorporizado y transnacional, en el que no existen las fronteras ni ningún tipo de marca vinculada con el mundo físico (fuera nacional, de etnia, de clase, de género, etc.). En suma, se trataba de una imagen del mundo digital alimentada por la fascinación ante las posibilidades brindadas por las nuevas tecnologías: un Internet exotizado, generalizado, del cual los procesos sociales toman directamente sus características.²⁵

A pesar de los importantes avances en estos estudios, aún hoy existe una fuerte tendencia a ver a la tecnología como una esfera de producción autónoma, que produce cambio social por sí sola. En cambio, interesa pensar a Internet como parte de la actividad social, no como algo separado de la vida.²⁶ Esto es, conceptualizarlo como “parte del mundo”. Bajo esta perspectiva, Internet se piensa como una herramienta y un espacio para extender nuestras relaciones, identificaciones y prácticas. De esta manera, lo que sucede en el mundo digital debe concebirse en continuidad con lo que sucede *offline*, objetando la oposición real-virtual de enfoques previos. Lo *online* se articula con las formas tradicionales de relacionarse, no se opone a ellas.²⁷

Si antes Internet era considerado como un mundo aparte por sus características intrínsecas, ahora podemos sostener que, si esto llega a suceder en algunas oportunidades, es por el hacer de los actores sociales que buscan construir ciertos espacios de la red como separados. La independencia de Internet entonces deja de ser algo dado por la tecnología y pasa a ser algo buscado en la tecnología.²⁸ Es por ello que conceptualizarlo como parte del mundo implica contemplar que, en ocasiones y para algunos sujetos, sí funciona o intenta funcionar como un mundo aparte. Pero aún así, debemos pensar de qué manera dialoga y es influido por lo *offline*.

Entonces Internet no es autónomo, ni un espacio definido y separado. Tampoco es monolítico, global, ni totalmente desterritorializado. Si bien es cierto que algunos límites nacionales se desbordan, y que se generan comunidades, relaciones e identidades que los

²⁵ Oscar Grillo, “Internet como un mundo aparte e Internet como parte del mundo”, Nuevas Tecnologías Vol: 5 (2007): 59-65.

Edgar Gómez Cruz y Elisenda Ardèvol, “Ethnography and the field in media(ted) studies: A practice theory approach”, Westminster Papers in Communication and Culture Vol: 9 num 2 (2013): 27-46.

Carolina Di Próspero, “Antropología de lo digital: Construcción del campo etnográfico en co-presencia”, Virtualis Vol: 7 num 15 (2017): 44-60.

²⁶ Elisenda Ardèvol y Débora Lanzeni, “Visualidades y materialidades de lo digital: caminos desde la antropología”, Anthropologica Año: XXXII num 33 (2014): pp. 11-38.

²⁷ Oscar Grillo, “Internet como un mundo aparte e Internet como parte del mundo”, Nuevas Tecnologías Vol: 5 (2007): 59-65.

Nahuel Levy, “El espíritu hacker: Ética, conocimiento y reconocimiento en foros de Internet”, Tesis de Licenciatura en Ciencias Antropológicas, Facultad de Filosofía y Letras, Universidad de Buenos Aires (2014).

Roberta Aller, “Entre lo online y lo offline: relaciones, identificaciones y comunidad en el fandom de Harry Potter (Argentina)”, Actas de las X Jornadas de Jóvenes Investigadorxs Instituto de Investigaciones Gino Germani (2019).

²⁸ Carolina Di Próspero, “Antropología de lo digital: Construcción del campo etnográfico en co-presencia”, Virtualis Vol: 7 num 15 (2017): 44-60.

trascienden, eso no significa que lo local desaparezca completamente. Que una persona pueda participar de espacios o relaciones transnacionales no quita que ella se encuentre en un lugar específico, atravesada por todo tipo de relaciones e identidades que sí tienen que ver con su realidad material y con el territorio que habita. Los individuos usamos y significamos Internet en contextos específicos. Podría parecer que lo digital fuera sinónimo de uniformidad y globalidad, que destruye distancias y nos separa de nuestro territorio. Pero, aunque Internet se use en todo el mundo, no se trata siempre del mismo, sino de muchos Internets: lo digital es distinto en todas partes, está enraizado en un territorio; no está solamente globalizado, está también localizado. En sus usos, Internet es local, tiene límites simbólicos.²⁹

De esta manera, Internet sólo tiene sentido a través de sus usos: como forma de comunicación, como objeto dentro de nuestras vidas, como lugar para crear comunidades e identificaciones. El agente de cambio no es la tecnología, sino cómo la utilizamos y cómo construimos significados en torno a ella. Por ello es importante poner el foco en lo que las personas hacen con ella, dónde y cómo. En definitiva, Internet debe pensarse de manera situada. Esto también es relevante para pensar en las materialidades y los clivajes de clase, género, etnia o edad que también nos atraviesan en las redes. Estos no desaparecen ante la supuesta incorporeidad o ausencia de marcadores físicos, ni por la deslocalización o anonimato.³⁰

Para poder conceptualizar y analizar Internet(s) en estos términos, se vuelve fundamental un enfoque y método etnográfico híbrido, que nos permite tomar distancia de las posturas tecnológico-deterministas y atender a la agencia y apropiaciones de los sujetos sobre lo digital. Del mismo modo, este abordaje metodológico no debe pretender entender Internet en su totalidad ni tampoco pensar en términos de culturas o comunidades digitales uniformes con fronteras fijas, sino pensar el campo en términos de tramas simbólicas compartidas³¹. Esta concepción de Internet se vincula con la noción de multisituidad.

Tiempo antes de pensar en la posibilidad de las etnografías digitales, Marcus nos proponía la idea de las etnografías multisituadas o multilocales. Este planteo sostenía que,

²⁹ Oscar Grillo, "Internet como un mundo aparte e Internet como parte del mundo", *Nuevas Tecnologías* Vol: 5 (2007): 59-65.

Frédéric Martel, *Smart. Internet(s): La investigación* (Barcelona: Taurus Editorial, 2014).

Roberta Aller, "¿Entre fans y devotos?: Prácticas, creencias y simbologías de culto en el *fandom* de Harry Potter (Argentina)", Tesis de Licenciatura en Ciencias Antropológicas, Facultad de Filosofía y Letras, Universidad de Buenos Aires (2020).

³⁰ Federico Álvarez Gandolfi, "Problemáticas en torno de las ciberculturas. Una reflexión sobre las posibilidades y los límites de la etnografía virtual", *Cultura, lenguaje y representación* Vol: 16 (2016): 7-20.

Frédéric Martel, *Smart. Internet(s): La investigación* (Barcelona: Taurus Editorial, 2014).

Oscar Grillo, "Internet como un mundo aparte e Internet como parte del mundo", *Nuevas Tecnologías* Vol: 5 (2007): 59-65.

Roberta Aller, "¿Entre fans y devotos?: Prácticas, creencias y simbologías de culto en el *fandom* de Harry Potter (Argentina)", Tesis de Licenciatura en Ciencias Antropológicas, Facultad de Filosofía y Letras, Universidad de Buenos Aires (2020). Martel, grillo, yo

³¹ Federico Álvarez Gandolfi, "Problemáticas en torno de las ciberculturas. Una reflexión sobre las posibilidades y los límites de la etnografía virtual", *Cultura, lenguaje y representación* Vol: 16 (2016): 7-20.

Roberta Aller, "¿Entre fans y devotos?: Prácticas, creencias y simbologías de culto en el *fandom* de Harry Potter (Argentina)", Tesis de Licenciatura en Ciencias Antropológicas, Facultad de Filosofía y Letras, Universidad de Buenos Aires (2020).

hoy, los fenómenos sociales no pueden analizarse haciendo foco en un único lugar, sino en varios. Sin embargo, el campo no se trataría por ello de un agregado de lugares, sino que estos sitios deben verse articulados en función de las prácticas de los sujetos. Desde esta propuesta, la globalización, antes percibida como un contexto externo a nuestros trabajos de campo, se convertiría en parte integral de los estudios etnográficos. Partiendo de este punto, Marcus sugería distintas estrategias para pensar en cómo construir ese campo multilocal: siguiendo personas, conexiones, asociaciones, etc., a través de todos estos espacios.³² Este enfoque implicaría entonces poner el foco en las distintas conexiones que los sujetos trazan fuera y dentro de la red. De ahí el concepto de “etnografía conectiva” que propone Hine en escritos más recientes.³³

Este concepto de multisituidad es inherente a la etnografía digital y a la construcción de un campo híbrido, y es clave para pensar cómo definir los límites de dicho campo. Es particularmente útil ya que Internet muchas veces se nos aparece como un lugar inabarcable y sin fronteras, y resulta difícil pensar cómo vincular nuestros referentes empíricos *offline* con espacios digitales. Muchos de los retos que se planteaban para las etnografías multisituadas que presentaba Marcus son también propios de la etnografía digital. Incluso, muchos de ellos son desafíos o interrogantes que también surgen en la investigación etnográfica clásica. ¿Cómo constituir el campo? ¿Cuáles son sus límites? ¿De qué modo construir relaciones dentro de él? ¿Qué significa “estar ahí” si pensamos en una multiplicidad de sitios, y en lugares en los que no podemos estar presentes físicamente? A continuación, trabajaré sobre algunas de estas discusiones.

2. El método etnográfico y lo digital

Hemos establecido entonces que las interacciones que tienen lugar en Internet son una de las dimensiones centrales de la vida social contemporánea. Las formas en que usamos Internet operan transformaciones en las condiciones de nuestra sociabilidad, y esto nos lleva a reconsiderar cuáles son las condiciones básicas para el trabajo de campo en espacios en que nuestras relaciones están mediadas por lo digital³⁴ La pregunta entonces deja de ser si debemos etnografiar lo digital o no, y pasa a ser de qué manera hacerlo. Extender el método etnográfico, pero también adaptarlo a las características propias de las interacciones y prácticas en el espacio digital que acabamos de conceptualizar.

Muchas veces, el resultado de esta búsqueda de expandir la etnografía al dominio de Internet ha resultado en propuestas que pretenden romper con las convenciones metodológicas de la etnografía. Es decir, que ven a lo digital como un objeto que tensiona el método al punto de la crisis, obligándonos a transformarlo. Sin embargo, es posible reflexionar sobre las convenciones que sustentan nuestra práctica etnográfica y adaptar el método sin necesidad de asumir una terminante ruptura.³⁵ De hecho, como he mencionado, los desafíos y debates en torno a la etnografía en el espacio digital en gran cantidad de casos son continuidades de obstáculos y preguntas clásicas.

³² George Marcus, “Etnografía en/del sistema mundo. El surgimiento de la etnografía multilocal”, *Alteridades* Vol: 11 num 22 (2001): 111-127.

³³ Christine Hine, “Connective ethnography for the exploration of e-science”, *Journal of Computer-Mediated Communication* num 12 (2007).

³⁴ Adolfo Estalella, *Etnografías de lo digital. Una monografía metodológica*. Manuscrito (2014).

³⁵ Adolfo Estalella, *Etnografías de lo digital. Una monografía metodológica*. Manuscrito (2014).

A continuación, me propongo detallar algunas precisiones sobre la aplicación de la etnografía al estudio de lo digital. Para ello, partiré de las principales dudas y debates sobre la adaptación de este método, y recurriré también a mi experiencia de campo dentro del *fandom* de Harry Potter, donde he realizado etnografía tradicional y digital entre los años 2016 y 2020. Si bien –tal y como sucede con la etnografía clásica– no existen instrucciones ni recetas para desarrollar una etnografía digital, algunas particularidades de mi investigación me permiten traspolar ciertas conclusiones al estudio de Internet en general.

2.1. La construcción del campo

Uno de los principales interrogantes que surgen a la hora de extender el método etnográfico a espacios digitales (y a espacios multisituados en general) es el de cómo delimitar el campo. El campo es el espacio que investigamos; son las personas, los objetos, los sucesos, y las relaciones que identificamos y constituimos. Usualmente lo pensamos como lugares concretos y físicos hacia donde podemos trasladarnos: una aldea, un pueblo, el lugar de encuentro de una organización o grupo, etc. Sin embargo, también en esos casos debemos construirlo: conocer nuestro objeto, y definir criterios para seleccionar en qué espacio o espacios realizaremos nuestra investigación, a qué vínculos atenderemos, qué prácticas pretendemos observar. En el caso de lo digital, la incertidumbre sobre la construcción de ese campo nace fundamentalmente de la aparente deslocalización y descorporización de Internet: ¿Cuáles son los límites de Internet? ¿Cómo recorto ahí mi campo? ¿Cómo hago para “trasladarme” a ese espacio digital?

Volviendo sobre lo detallado, es necesario pensar el campo (físico y digital) en términos de multilocalidad: observar nuestro tema y perspectiva de interés y decidir una estrategia y criterio para ir construyendo la trama en la cual nos moveremos. Se debe establecer una lógica explícita de asociación entre esos espacios que definirán el argumento detrás de la etnografía y conectarán esas cadenas y conjunciones de sitios. Se trata de rastrear diferentes escenarios del fenómeno cultural que nos interesa a partir de distintas modalidades; Marcus, por ejemplo, proponía que podemos mapear nuestro campo siguiendo a un determinado grupo de personas, trazando la circulación de un objeto material en distintos contextos, o también siguiendo discursos, tramas, conflictos y hasta historias de vida de alguna persona que puedan revelarnos vínculos inesperados entre contextos.³⁶

Ese mapeo no sucede siempre a priori, de una vez y para siempre, sino que, tal y como sucede en la etnografía clásica, vamos construyendo y reformulando el campo a medida que avanza la investigación.³⁷ En el caso de mi propio trabajo (que comenzó varios años antes del comienzo de la pandemia), la decisión de etnografiar tanto espacios físicos como digitales no había sido tomada desde el principio. Inicialmente, al proponerme analizar el *fandom* local de Harry Potter, partí de un referente empírico particular: un club de fans. Sin embargo, pronto me di cuenta de que las preguntas que yo me hacía excedían dicho referente. A eso se sumaba el hecho de que estaba notando que la comunidad de fans de Harry Potter no estaba tan claramente anclada a un único espacio físico particular. Para los fans, ellos pertenecían a una amplia comunidad transnacional, y, a su vez, a un grupo local dentro de ese *fandom*, que tampoco tenía un único correlato físico.

³⁶ George Marcus, “Etnografía en/del sistema mundo. El surgimiento de la etnografía multilocal”, *Alteridades* Vol: 11 num 22 (2001): 111-127.

³⁷ Christine Hine, *Etnografía virtual* (Barcelona: Editorial UOC, 2004).

Rosana Guber, *Etnografía. Método, campo y reflexividad* (Buenos Aires: Editorial Norma, 2001).

De esta manera, la idea de la multilocalidad llegó a mi etnografía aún antes que la de los espacios digitales. Empecé a pensar a todos los fans como parte de un mismo espacio, aunque este fuera disperso, y me dispuse a delimitar mi campo siguiendo a los sujetos. Pronto, me di cuenta de que los ámbitos digitales eran una parte clave en la cotidianidad de estos fans, tanto en lo concerniente al *fandom* como en sus vidas en general. De hecho, fue justamente navegando las redes que encontré mis primeros referentes empíricos físicos, ya que a través de ellas se contactaban, promocionaban sus eventos, entre otras cosas. En el propio acto de comunicarme con mis futuros interlocutores a través de *Facebook*, por ejemplo, estaba empezando a constituir mi campo. Como señala Estalella, al etnografiar lo digital, experimentamos la cultura de los otros a través de mediaciones tecnológicas; la escritura de un correo o una conversación inicial de chat forman parte de nuestro campo y de nuestro trabajo etnográfico.³⁸

Así, al principio Internet fue únicamente un medio, pero en el desarrollo natural de la investigación, me encontraba con que tenía que pasar cada vez más tiempo en las redes para lograr rastrear los vínculos, interacciones y prácticas de los sujetos. En algunos casos necesité seguir páginas de *Instagram* y unirme a grupos de *Facebook* y de *Whatsapp* para observar esos intercambios y para construir mi lugar como antropóloga. Esa importancia que lo digital estaba teniendo en mi investigación se entrecruzó con la relevancia que los nativos les daban a las redes en sus historias de fanismo: muchos me contaban que su ingreso al *fandom* había sido a través de Internet, y que los encuentros presenciales con otros fans habían venido después. Así, más que decidir incluir espacios digitales en mi investigación, fue el propio objeto el que me hizo abrir mi campo para abarcarlos.

Continuando con la estrategia de seguir los sujetos, fui buscando y delimitando un recorte de campo, rastreando a los fans argentinos en distintas redes y eventos físicos. Algunos espacios digitales estaban vinculados de maneras más explícitas con los ámbitos cara-a-cara (por ejemplo, las distintas páginas y redes del club de fans y de otras organizaciones caracterizadas por sus eventos presenciales). Otras, en cambio, no tenían un correlato físico claro, pero fue importante considerar también las prácticas, identificaciones, relaciones y realidades *offline* de esos sujetos. Entonces se trató de considerar esta forma de construcción de comunidades que ya no están siempre ligadas a lo nacional, y que son facilitadas por lo digital, pero pensándolo en vínculo con esos contextos locales.

De esta manera, aplicar una etnografía a aquello que sucede en Internet implicaría seguir las conexiones que se establecen a partir de los usos sociales de dicha tecnología, de acuerdo con estrategias definidas en función del tema u objeto que pretendemos estudiar.³⁹ El etnógrafo debe seguir entonces las prácticas, vínculos, movimientos de su objeto de investigación en diversos entornos dentro de Internet, y también fuera de él. Ahora bien, ¿cómo trabajar dentro de ese campo? ¿Cómo conseguir “estar ahí”, en espacios intangibles en los que no podemos hacernos presentes con el cuerpo?

³⁸ Adolfo Estalella, *Etnografías de lo digital. Una monografía metodológica*. Manuscrito (2014).

³⁹ Federico Álvarez Gandolfi, “Problemáticas en torno de las ciberculturas. Una reflexión sobre las posibilidades y los límites de la etnografía virtual”, *Cultura, lenguaje y representación* Vol: 16 (2016): 7-20.

2.2. Presencia en el campo y formas de interacción

La supuesta imposibilidad de “estar ahí” en el espacio digital es uno de los principales argumentos de los detractores de la etnografía en Internet. Y aún así, en el caso de mi trabajo de campo, nunca me sentí tan inmersa en la cotidianidad de los sujetos como cuando observaba, participaba e intercambiaba con ellos a través de *Facebook* o *Whatsapp*. Es posible estar ahí, sólo que no se está de la misma manera, no se está trasladando el cuerpo ni haciéndolo presente y visible frente a otros, intercambiando cara-a-cara con ellos. Aunque muchas veces el uso de tecnologías digitales es más bien instrumental (reduciéndose, por ejemplo, a instancias como entrevistas por chat o correo electrónico), en la gran mayoría de los casos las interacciones mediadas por dichas tecnologías constituyen la base para sostener las relaciones dentro del campo y construir la co-presencia de forma prolongada.⁴⁰

Estas formas diferentes de hacerse presente llevan a ajustes y adaptaciones en las formas de desarrollar la etnografía. En mi caso particular, los espacios físicos que etnografié no eran comunidades o lugares estables y fijos en un territorio en los que podía instalarme prolongadamente e intercambiar constantemente con los sujetos. En cambio, se trataba de eventos más o menos periódicos, que en la gran mayoría de los casos requerían de planificación para incluirlos en mi trabajo de campo. Implicaba ubicar esas fechas en que se hacían eventos en mi cronograma, decidir etnografiarlos y moverme hacia allí. Una vez en el lugar, las conversaciones y observaciones sí se desenvolvían de forma no planeada, de acuerdo con las situaciones y circunstancias que vivía. En cambio, en los espacios digitales, en ocasiones la decisión de comenzar a observar, intervenir y participar se daba más bien de manera espontánea. Era frecuente encontrarme haciendo alguna otra actividad, y tener que suspenderla momentáneamente al leer alguna notificación de mi teléfono, para integrarme en una conversación de *Whatsapp* entre los fans, interviniendo, tomando notas de ideas que surgían, etc. La planificación y organización sucedía antes, al haber decidido incluir dicho espacio en mi campo; y también después, al revisar mis notas, redactar mis registros y analizarlos.⁴¹

De hecho, si nos detenemos a pensarlo, las formas en que me encontré participando en esos espacios digitales es incluso más similar al clásico “estar ahí” de Malinowski que cuando me tocaba etnografiar en la presencialidad. Formar parte de los grupos de *Whatsapp* y *Facebook* en los que interactuaban los fans era como estar presente en su día a día, como caminar por una aldea en las islas Trobriand y registrar y analizar sus intercambios cotidianos. En cambio, los eventos físicos, tanto para los fans como para mí representaban más bien excepciones, momentos especiales y menos frecuentes, más planeados, y en algunos casos hasta ritualizados. Si no hubiera etnografiado ambos tipos de lugares no habría logrado conocer a los fans y su *fandom* con la profundidad necesaria.

Por otra parte, en algunos casos, ciertas tecnologías digitales y ciertas redes nos permiten acceder a intercambios luego de que estos ya sucedieron. Así, si llegaba tarde a

⁴⁰ Adolfo Estalella, *Etnografías de lo digital. Una monografía metodológica*. Manuscrito (2014).

⁴¹ Cabe aclarar que existen algunos espacios digitales vinculados con el *fandom* de Harry Potter que también son más eventuales, y que han comenzado a aparecer sobre todo en el último año y medio. A raíz de la pandemia, los clubs de fans y organizadores de eventos se vieron imposibilitados de llevar a cabo reuniones en presencialidad. Eso derivó en que estas comenzaran a desarrollarse a través de las redes en plataformas como *Instagram*, *Youtube*, *Twitch* o *Discord*, entre otras. Si bien aún no he tenido oportunidad de etnografiar este tipo de eventos, salta a la vista que constituyen toda una nueva dimensión del estudio antropológico de los fans.

alguna situación que había sucedido en algún chat, podía leerlo y ya sea participar de ella en diferido, o usarla para pensar posibles preguntas, conversaciones o entrevistas futuras con mis informantes. Es decir que además de las formas de estar presente, ciertas características de Internet implicaban también formas distintas de interacción en el campo, tanto más con los sujetos como de ellos entre sí. En ocasiones podía observar un suceso, incluso participar, y luego tener tiempo de pensarlo para volver a traer la situación en, por ejemplo, el chat de *Whatsapp*. Los propios fans actuaban de esta manera; intervenían a veces en tiempo real y a veces en diferido, chateaban de a varios, se generaban múltiples conversaciones paralelas dentro de un mismo chat, y algunos sujetos incluso participaban simultáneamente en muchas de ellas. Las características de las redes me permitían observar al mismo tiempo intercambios que en presencialidad es imposible (¿cómo participar de varias conversaciones cara-a-cara al mismo tiempo?), me permitían volver sobre ellos si se me había pasado alguno, y permitían a los propios fans tramar vínculos entre sí incluso si, por distintas situaciones de sus vidas, no podían estar presentes en el mismo lugar y en el mismo horario al mismo tiempo.

Así, la posibilidad de intercambiar con otros fans a través de las redes permitía que conversaran y se relacionaran personas que nunca consiguieron estar presentes al mismo tiempo en espacios físicos. Esto generaba nuevas interacciones que enriquecían enormemente mi trabajo de campo, permitiéndome indagar en vínculos entre sujetos que no habría podido ver, por ejemplo, en un evento. Asimismo, me permitía rastrear conexiones entre personas que quizás sí se conocían y se reunían en la presencialidad, pero tal vez en momentos más privados, y no en eventos y reuniones como aquellos a los que yo podía asistir. Es decir, al poder acceder a ciertos ámbitos digitales, se me revelaban prácticas, vínculos, formas de intercambiar con otros que no hubiera podido conocer de otra manera.

Un último punto para pensar la co-presencia en el campo y la construcción de nuestro lugar como investigadores tiene que ver, justamente, con presentarnos como tales y asegurarnos de que se sepa desde qué lugar estamos interviniendo en los distintos espacios. Me explayaré sobre esto en el último apartado al abordar el tema de la ética, pero en este punto es importante mencionar que anunciarme como investigadora en espacios digitales era muy distinto a hacerlo en espacios físicos. Mientras que en los segundos mi presencia en un espacio era evidente para cualquiera, y quien quisiera podía interpelarme e interrogarme sobre qué estaba haciendo, en los espacios digitales frecuentemente pasaba desapercibida. Mi preocupación, entonces, pasaba por buscar de qué manera hacerme presente y mostrarme como antropóloga aún en momentos en los que no estaba interactuando con nadie. Esto nos lleva a otro punto importante para pensar nuestra presencia en el campo: la participación. En muchas de las primeras investigaciones de y en Internet, éste era pensado como un espacio propicio para la realización de etnografías no intrusivas, que no revelaran la presencia del investigador. Esto se condice con la noción de que la condición óptima para producir conocimiento es observar sin necesidad de participar. Más allá de los problemas éticos que esto supondría, sobre los que volveré más adelante, esta idea no contempla el hecho de que lo que podemos ver en Internet (en espacios más y menos públicos) es sólo una parte de lo que sucede entre los sujetos. Es necesario, y fundamental para la construcción de conocimiento antropológico, intervenir, preguntar por los sentidos que los actores les dan a sus prácticas, indagar más allá de lo que vemos. Además, muchas otras interacciones ocurren en canales privados, por chat, por correo, o incluso presencialmente. Y no sólo eso: ¿cómo podemos tejer relaciones en el campo y constituir dicho campo sin interactuar con los sujetos? ⁴²

⁴² Adolfo Estalella, *Etnografías de lo digital. Una monografía metodológica*. Manuscrito (2014).

En relación con esto último, considero pertinente compartir una disyuntiva a la que debí enfrentarme durante el diseño de mi investigación. Entre las técnicas que me proponía utilizar se encontraban el trabajo de campo etnográfico y el análisis de fuentes de información. Al encarar los espacios digitales, una de las dificultades fue definir cuáles de ellos constituían ámbitos de mi trabajo de campo, y cuáles eran en realidad fuentes escritas y/o visuales. Finalmente, el criterio principal que decidí tomar fue el de mi forma de abordaje y de intervención en ellas. En algunos casos me resultó más sencillo; por ejemplo, los documentos producidos y circulados como *flyers* o PDFs por distintos grupos conformaban claramente un corpus de fuentes. Por su parte, los grupos de *Facebook* y *Whatsapp*⁴³, en los que los fans interactuaban diaria y espontáneamente, constituían ámbitos a etnografiar. En ellos, además, mi forma de intervención siempre fue de observación participante. Incluso si en ocasiones no me involucré activamente en todas las publicaciones, la dinámica que se da en los grupos es equiparable a la que se produce en ciertos momentos de trabajo de campo “clásico”. El antropólogo no siempre interviene en todas las conversaciones, pero está presente en el espacio, formando parte de las interacciones de otras maneras.

Sin embargo, otros espacios digitales me presentaron más dudas. En las páginas de *Facebook*, al ser tan masivas y publicar con menos frecuencia, yo solía observar sin intervenir, y los intercambios que observaba muy rara vez se producían en tiempo real. Sin embargo, cabe preguntarse: ¿mi falta de participación implica que no puede ser considerado trabajo de campo? ¿O, en cambio, podría entenderse, como propone Guber, que participar involucra prácticas que van desde “estar allí” meramente como testigo, hasta integrar actividades con distintos grados de implicación?⁴⁴ En el caso de los eventos de *Facebook*, me encontré con dos situaciones y formas de abordaje diferentes. Por un lado, algunos eventos eran previos al inicio de mi investigación *online*; por ende, los consideré como un “archivo histórico virtual” de materiales de las reuniones. Respecto a los que fueron contemporáneos a mi investigación, más allá de haber podido o no asistir a ellos físicamente, los consideré un material mixto: el evento de *Facebook* en sí mismo es elaborado por un actor social a modo de “folleto” e invitación, y es publicado y compartido entre los miembros de un grupo o puesto en circulación de forma mas abierta, dependiendo del caso. De este modo, funcionaría como una fuente. Sin embargo, dentro de cada evento hay una sección de comentarios en los que se producen intercambios y dinámicas similares a los de los grupos. ¿Es posible, entonces, considerar a los eventos de *Facebook* como una fuente y, al mismo tiempo, como un espacio de trabajo de campo *online*? Resulta interesante plantear estos interrogantes para continuar pensando el quehacer antropológico en la virtualidad.

2.3. Formas de registrar y de analizar esos registros

No solamente las formas de participación e interacción cambian o deben adaptarse a la hora de incluir espacios y objetos digitales en nuestras etnografías. También las formas de registro y de organización y análisis de dichos registros requieren ciertas modificaciones, que en muchos casos suceden de manera espontánea. En primer lugar, se vuelve necesario atender a formas de relacionarse que no existían en la presencialidad. Así como

⁴³ Los grupos de *Facebook* son espacios en los que usuarios con intereses comunes forman parte de una comunidad, compartiendo información. Los eventos de *Facebook* permiten comunicar la fecha y características de una reunión. Ambos permiten la interacción de invitados/miembros y, a diferencia de las páginas de *Facebook* (que son públicas), pueden ser abiertos o cerrados. Los grupos de *Whatsapp* son chats grupales privados.

⁴⁴ Rosana Guber, *Etnografía. Método, campo y reflexividad* (Buenos Aires: Editorial Norma, 2001).

cuando hacemos etnografía clásica observamos no solamente a lo que los sujetos dicen sino también lo que hacen, sus gestos, movimientos, etc., en el caso de lo digital debemos registrar los *likes*, las etiquetas, el seguir o dejar de seguir a alguien, el uso de *memes*⁴⁵, entre muchas otras formas de interacción propias de la virtualidad. Todas estas prácticas son parte fundamental de las interacciones en espacios digitales, y pueden pensarse como acciones sociales, en el sentido de que, al llevarlas a cabo, los sujetos esperan otra acción a cambio, una respuesta o reacción. Por ende, se trata de acciones reciprocamente referidas, con significado para los sujetos que las realizan⁴⁶, y tienen un efecto tanto en los ámbitos de interacción *online* como *offline* de interacción.

En el caso de mi investigación, era frecuente que los sujetos se comunicaran entre sí y construyeran vínculos a través de *memes*, que se comenzaran a seguir en *Instagram* con sus cuentas personales luego de conocerse en eventos o a través de *Whatsapp*, y hasta que se mencionaran en sorteos o posteos vinculados con Harry Potter. Los organizadores del club de fans y los de otros eventos también buscaban entablar intercambios con los integrantes o con potenciales participantes a través de stickers interactivos y todo tipo de recursos proveídos por las distintas plataformas. Todo esto formó parte de mi campo, y tuve que estar atenta para registrarlos.

En segundo lugar, la forma de registrar dejó de ser la misma para todos los espacios en los que participaba. Ya no se trataba siempre de estar inmersa en un lugar, tomar notas de campo, fotografías, y hasta videos y grabaciones, y luego regresar a mi hogar y volcar todo esto en un registro extenso y articulado, lo más pronto posible para no olvidar los detalles de lo observado o conversado. Ahora, al incorporar lo digital, disponía de nuevos medios para captar lo que sucedía en el campo. Las capturas de pantalla, por ejemplo, me permitían tomar registro de situaciones sin necesidad de transcribirlas o de analizarlas en el momento, y lo mismo sucedía con la función de “destacar” los mensajes de *Whatsapp*.

En tercer lugar, estas formas de registro y el hecho de que algunas interacciones permanezcan aún si no las observamos y capturamos de alguna manera, nos permite volver sobre las situaciones de interacción y volver a analizarlas “en bruto”. De esta manera, es posible contrastarlas con nuestras impresiones del momento, volver a leerlas y releerlas en distintos momentos, habiendo participado de nuevos intercambios. Además de la posibilidad de acceder al registro tiempo luego de que sucedieran los intercambios, aún sin haber estado allí en tiempo real, esto me permitía concentrarme en el momento en interactuar, y registrar únicamente mis pensamientos, sentimientos y reflexiones sobre lo que estaba pasando.

Por último, muchas de las interacciones entre los sujetos se producen también en diferido, como he mencionado en el apartado anterior. Entonces, una determinada situación o interacción no siempre finalizaba en el momento en que parecía terminar. En muchas ocasiones me sucedió que conversaciones que parecían haberse agotado se reabrían horas o hasta días después, cuando una persona que no había leído los mensajes decidía

⁴⁵ Los *likes* son formas de reaccionar a posteos o comentarios en distintas plataformas. Las etiquetas son formas de mencionar a otras personas en las redes a través de su nombre de usuario; usualmente quien es etiquetado recibe una notificación, y otras personas pueden acceder al perfil de dicha persona. “Seguir” a alguien en las redes implica poder ver su actividad, sus posteos, etc. Los *memes* de Internet son conceptos o ideas que se expresan en forma de imágenes, videos, y hasta audios y textos. Suelen circular a través de medios digitales.

⁴⁶ Max Weber, *Economía y Sociedad* (México: FCE, 1980).

hacerlo y responderlos. Esto implica otra forma de organizar los registros y de redactarlos, menos lineal que lo que sucede, en ocasiones, en la presencialidad.

2.4. Algunas consideraciones éticas

Un último punto a la hora de investigar en espacios digitales es el de la ética, tema muy relevante para el método etnográfico en sí mismo, dada la importancia de la implicación del antropólogo con los sujetos que investiga. Algunos aspectos éticos atañen al método etnográfico de modo general, sea éste digital o clásico. El trabajo de campo supone un contacto prolongado del investigador con los sujetos, de manera que los principios éticos son difíciles de formalizar y establecer a priori. Se extienden a lo largo de todo el proceso hasta la presentación de los resultados, y aún después. El trato directo y extendido con los sujetos genera vínculos de confianza y hasta de amistad que en ocasiones se extienden más allá de la finalización del estudio. El compromiso ético, entonces, también se relaciona con lo que nosotros como etnógrafos podemos ofrecer a las personas que han colaborado con la investigación.⁴⁷

Otros puntos a tener en cuenta a la hora de pensar la ética en el campo, en cambio, son propios de la etnografía digital, pues se vinculan estrechamente con las características propias de Internet y del trabajo de campo en esos espacios. Sin embargo, muchas veces se trata de debates que también existen en los casos de la etnografía clásica, pero que adquieren nuevas dimensiones al trasladarlos a la digitalidad.⁴⁸ En este trabajo, me centraré en dos ejes sobre los que giran los debates éticos en la investigación etnográfica que fueron los que más atravesaron mi propio trabajo: la cuestión de lo público y lo privado, y la declaración de la presencia del investigador en el campo.

En general hay acuerdo sobre que, al trabajar con seres humanos, debemos respetar la voluntad de los sujetos, quienes deben dar su consentimiento para tomarlos como parte de nuestra investigación. Suele considerarse una excepción la observación en espacios públicos como parques, en medios de comunicación o libros publicados, etc., en los que no haría falta informar sobre nuestra presencia. El carácter público o privado de los espacios entonces, es un elemento clave para pensar la ética de una investigación, puesto que si un ámbito es público o no determinará si se debe solicitar consentimiento o no. Esto es así siempre y cuando el investigador no interactúe con la gente. Desde el momento en que lo hace, debe solicitar consentimiento, e informar o pedir permiso para grabar o filmar.⁴⁹ Al trasladar esto al espacio digital, surgen las dudas: ¿qué interacciones son públicas Internet y no necesitan consentimiento? ¿y qué formas de registro requieren de solicitar permiso y cuáles no?

En muchos casos, se pretende tomar de antemano decisiones sobre lo que es ético y lo que no de acuerdo con propiedades que se les atribuyen a los dispositivos digitales. Se

⁴⁷ Adolfo Estalella y Elisenda Ardévol, “Ética de campo: hacia una ética situada para la investigación etnográfica de internet, FQS Forum: Qualitative Social Research Vol: 8 num 3 art 2 (2007).

⁴⁸ Federico Álvarez Gandolfi, “Problemáticas en torno de las ciberculturas. Una reflexión sobre las posibilidades y los límites de la etnografía virtual”, Cultura, lenguaje y representación Vol: 16 (2016): 7-20.

Adolfo Estalella y Elisenda Ardévol, “Ética de campo: hacia una ética situada para la investigación etnográfica de internet, FQS Forum: Qualitative Social Research Vol: 8 num 3 art 2 (2007).

⁴⁹ Adolfo Estalella y Elisenda Ardévol, “Ética de campo: hacia una ética situada para la investigación etnográfica de internet, FQS Forum: Qualitative Social Research Vol: 8 num 3 art 2 (2007).

tiende a pensar que, por el hecho de que una plataforma permite configurar un perfil o grupo como “público” o como “privado”, eso resuelve el problema. Se asume que las personas saben que su comunicación en Internet está expuesta a ser observada y registrada por cualquier persona. Sin embargo, coincido con Estalella y Ardévol en que acceso público no siempre es equivalente a espacio público, ya que cada colectivo tiene sus propias normas y expectativas de privacidad, y dichas normas no derivan únicamente de la configuración de la tecnología. Lo que es público y lo que no es contextual y negociado, depende del sentido que las personas atribuyan a sus interacciones. No son, entonces, categorías que podamos determinar de antemano⁵⁰. No hay una única solución al problema; se trata de construir los acuerdos junto con los sujetos, de manera situada, de negociar el consentimiento en las distintas instancias del trabajo de campo.

En mi trabajo de campo, tuve que definir en diversas situaciones a lo largo de la investigación si me encontraba frente a espacios e interacciones públicos o privados, y cómo debía abordarlos. Decidí, por ejemplo, que todo lo que sucediera abiertamente en las páginas públicas de *Facebook* o *Instagram* de clubs, organizaciones o eventos de fans revestía un carácter público. Los usuarios que interactuaban en esos espacios eran claramente conscientes de que lo que allí escribían podía ser leído, registrado y comentado por otras personas. De hecho, frecuentemente interactuaban con personas con las que nunca habían hablado y con quienes quizás nunca volverían a conversar. Las fotografías allí subidas también fueron tomadas como de carácter público al momento de ser usadas como fuente para mi etnografía. Sin embargo, para incluirlas en trabajos y publicaciones, opté por consultar, si era posible, a quienes aparecían en la fotografía, y si no lo era, al menos a quien la había tomado. Por otra parte, lo que observaba en grupos de *Whatsapp* o *Facebook*, en cambio, eran considerados espacios privados, en los que debía necesariamente solicitar consentimiento. Algunos de ellos eran privados desde lo tecnológico, pero otros no: con tan solo solicitar ingresar, se podía formar parte de los grupos. Sin embargo, consideré que las personas que interactuaban en esos lugares tenían ciertas ideas y expectativas sobre quienes los leían. Escribían para el resto de la comunidad de la que estaban formando parte, para las personas que habían decidido acceder a esos grupos, y no para que cualquiera los leyera.

También sucedió, en ocasiones, que en espacios que yo concebía como públicos sucediera alguna interacción que revestía carácter privado. Por ejemplo, conversaciones sobre la vida privada de algunos fans, o sobre algún momento difícil que atravesaban. Aunque el ámbito en el que se estaba desarrollando el intercambio quizás era público, resultaba claro que quien relataba su historia lo hacía para las personas con las que estaba interactuando en ese momento. Esto da cuenta de la importancia que tiene negociar constantemente qué es ético y qué no, qué es público y qué no, siempre orientando nuestras decisiones desde el conocimiento de la perspectiva del otro.⁵¹

En todos los casos en los que sí interactuaba con las personas, les informaba sobre mi investigación y objetivos, independientemente de si el ámbito era de acceso abierto o no, y de si yo había considerado ese espacio público o privado. Esto nos lleva a un último punto: la cuestión de la declaración de la presencia del antropólogo en el campo. Como señalé en apartados anteriores, muchos investigadores consideraron los ámbitos digitales

⁵⁰ Adolfo Estalella y Elisenda Ardévol, “Ética de campo: hacia una ética situada para la investigación etnográfica de internet, FQS Forum: Qualitative Social Research Vol: 8 num 3 art 2 (2007).

⁵¹ Adolfo Estalella y Elisenda Ardévol, “Ética de campo: hacia una ética situada para la investigación etnográfica de internet, FQS Forum: Qualitative Social Research Vol: 8 num 3 art 2 (2007).

como un espacio propicio para etnografiar sin participar, sin ser visto, sin que se sepa que uno está ahí. Personalmente, considero, junto con Estalella y Ardévol, que las personas investigadas tienen derecho a saber que sus interacciones, prácticas, datos, serán registradas y analizadas. Esto es así por motivos éticos, y porque el etnógrafo forma parte del mundo social que está analizando, su presencia no impide la objetividad, sino que es fundamental para poder comprender al objeto.⁵²

En el campo digital, explicitar nuestro lugar como investigadores no está exento de desafíos. En mi experiencia, era en los espacios digitales cuando más me preocupaba por si todos los sujetos sabían que yo estaba participando como investigadora. Me inquietaba pensar que, en los intercambios más masivos, no todos los sujetos supieran quién era yo y que no era “una fan más”, sino una antropóloga desarrollando una investigación. Al buscar formas de solucionar esto sin irrumpir en las conversaciones repitiendo mi presentación (cuando quizás, además, gran parte de las personas sí sabían quién era yo), me encontré reflexionando sobre por qué esta preocupación se hacía más visible en el caso de la etnografía digital. En muchos casos, en mi trabajo de campo en espacios físicos, me encontraba en eventos tan masivos en los que era imposible que todas las personas presentes me conocieran y supieran de mi lugar. En aquellas ocasiones, siempre que interactuaba con alguien me presentaba como antropóloga, pero no me preocupaba que quizás no todas las personas presentes conocieran ese rol.

Finalmente, llegué a la conclusión de que esa tranquilidad surgía de que yo estaba allí poniendo el cuerpo físicamente. Quizás no sabían quién era yo, pero podían verme. En cambio, en la virtualidad, en momentos en los que yo no hablaba, podía pasar desapercibida. En definitiva, se trata de ser cuidadosos en la construcción de nuestro lugar, en ambos tipos de espacios. Es decir, de dejar en claro quiénes somos y por qué estamos allí al entrar en cada ámbito. Además, debemos explicitarlo también en aquellos momentos en que interactuamos de forma activa, o en que pretendemos relevar algún intercambio producido en las redes. Pero, a fin de cuentas, tampoco hay una única respuesta para este debate: lo importante es, siempre, reflexionar sobre la propia práctica y estar atentos a los sentidos que los sujetos asignan a sus espacios e interacciones.

Consideraciones finales

En este trabajo me propuse fundamentar la necesidad de una perspectiva antropológica y un enfoque etnográfico que aborden los espacios digitales, y presentar algunos debates sobre cómo aplicar esta metodología al estudio de Internet. De esta manera, detallé cómo, en la actualidad, Internet y lo digital atraviesan completamente nuestras vidas. Gran parte de nuestra cotidianidad se desarrolla en estos espacios, donde llevamos adelante todo tipo de prácticas y formas de vinculación con otros. En ese sentido, la antropología no solo puede, sino que debe analizar estos ámbitos de acción e intercambio simbólico para conocer todas las dimensiones de la sociedad. Lo digital está en el centro de la aparición de nuevas formas sociales, pero también surge en casi cualquier objeto de estudio antropológico tradicional.

De este modo, sostengo que no sólo es indispensable que como investigadores sociales nos sumerjamos también en el análisis de lo digital, sino que también debemos

⁵² Adolfo Estalella y Elisenda Ardévol, “Ética de campo: hacia una ética situada para la investigación etnográfica de internet, FQS Forum: Qualitative Social Research Vol: 8 num 3 art 2 (2007). Rosana Guber, Etnografía. Método, campo y reflexividad (Buenos Aires: Editorial Norma, 2001).

proponernos construir campos híbridos. Desde un imaginario multisituado, pensar estrategias para recortar el campo incluyendo tanto espacios físicos como digitales, concibiéndolos en mutua continuidad. Esto implica una conceptualización de Internet como parte del mundo que ponga el foco en los usos que hacemos de esta tecnología, y que los analice de manera situada. Sea como forma de comunicación, como objeto dentro de nuestras vidas, o como lugar para crear comunidades, Internet cobra sentido por cómo lo utilizamos y significamos en su contexto.

Para llevar adelante esta propuesta, es necesario adaptar el método etnográfico, revisándolo y adecuándolo a las características de los medios digitales. En la mayoría de los casos, se trata de revisar antiguos debates que también conciernen a la etnografía tradicional, y de repensar estrategias y formas de construcción del campo y de acceso y presencia en él. Por ello, detallé algunas precisiones sobre cómo pensar esa aplicación de la etnografía a lo digital a partir de algunas reflexiones sobre mi propio trabajo de campo.

En primera instancia, debemos pensar al campo en términos multilocales, y diseñar criterios para entamar distintos espacios y vínculos de acuerdo con una lógica clara y explícita. En segundo lugar, el “estar ahí” es posible también en ámbitos digitales. Si bien no existe necesariamente la inmersión prolongada en un único y delimitado espacio, podemos hacernos presentes de diversas maneras, compartiendo la cotidianidad de los sujetos en dichos ámbitos. Así como las formas en que los nativos interactúan en las redes es distinta respecto de la presencialidad, la manera en que nosotros intercambiamos con ellos y constituimos una co-presencia en el campo también lo es. Esto lleva a modificaciones en nuestra forma de planificar y llevar adelante ese trabajo etnográfico, que en ocasiones puede volverse más espontáneo. En tercer lugar, las formas de tomar registro de lo observado y analizarlo también puede adaptarse: es necesario atender a otras formas y medios de vinculación, aprovechar otros recursos para registrar, e incluso volver sobre las interacciones repetidas veces para construir el registro. Por último, también debemos contemplar los principios éticos y pensar cómo sostenerlos en la virtualidad. Para eso, debemos pensar en las categorías de lo público y lo privado como contextuales, y no asumir que todo lo que es de acceso público es por ello un espacio público. Asimismo, presentarnos explícitamente como investigadores ante nuestros sujetos es tan importante en los espacios digitales como en los físicos.

Estos son sólo algunos de los principales debates sobre la aplicación del método etnográfico a los espacios digitales. La discusión no se agota aquí, y solamente he presentado algunas reflexiones y consideraciones surgidas de mi experiencia realizando trabajo de campo en Internet. Es necesario e importante seguir discutiendo estos temas, repensando nuestra labor como investigadores y revisando nuestros métodos. No es la primera vez que la antropología y la etnografía cambian para incluir nuevos objetos y nuevas formas de abordarlos. Lo importante es reconocer a los espacios digitales como ámbitos válidos para el análisis antropológico, y partir de ahí para reflexionar sobre nuestro quehacer como investigadores.

Bibliografía

Aller, Roberta. “Entre lo *online* y lo *offline*: relaciones, identificaciones y comunidad en el *fandom* de Harry Potter (Argentina)”, Actas de las X Jornadas de Jóvenes Investigadorxs Instituto de Investigaciones Gino Germani. 2019.

Aller, Roberta. “¿Entre fans y devotos?: Prácticas, creencias y simbologías de culto en el *fandom* de Harry Potter (Argentina)”, Tesis de Licenciatura en Ciencias Antropológicas, Facultad de Filosofía y Letras, Universidad de Buenos Aires. 2020.

Álvarez Gandolfi, Federico. “Problemáticas en torno de las ciberculturas. Una reflexión sobre las posibilidades y los límites de la etnografía virtual”. *Cultura, lenguaje y representación* Vol: 16 (2016): 7-20.

Ardévol, Elisenda; Estalella, Adolfo y Domínguez, Daniel. “La mediación tecnológica en la práctica etnográfica”. *Ankulegi* (2008): 9-29.

Ardévol, Elisenda y Lanzeni, Débora. “Visualidades y materialidades de lo digital: caminos desde la antropología”, *Anthropologica* Año: XXXII num 33 (2014): 11-38.

Di Próspero, Carolina. “Antropología de lo digital: Construcción del campo etnográfico en co-presencia”. *Virtualis* Vol: 7 num 15 (2017): 44-60.

Escobar, Arturo. “Bienvenidos a Cyberia. Notas para una antropología de la cybercultura”. *Revista de Estudios Sociales* num 22 (2005): 15-35.

Estalella, Adolfo. *Etnografías de lo digital. Una monografía metodológica*. Manuscrito. 2014.

Estalella, Adolfo y Ardévol, Elisenda. “Ética de campo: hacia una ética situada para la investigación etnográfica de internet”, *FQS Forum: Qualitative Social Research* Vol: 8 num 3 art 2 (2007).

Gómez Cruz, Edgar y Ardévol, Elisenda. “Ethnography and the field in media(ted) studies: A practice theory approach”. *Westminster Papers in Communication and Culture* Vol: 9 num 2 (2013): 27-46.

Grillo, Oscar. “Internet como un mundo aparte e Internet como parte del mundo”. *Nuevas Tecnologías* Vol: 5 (2007): 59-65.

Guber, Rosana. *Etnografía. Método, campo y reflexividad*. Buenos Aires: Editorial Norma. 2001.

Hine, Christine. *Etnografía virtual*. Barcelona: Editorial UOC. 2004.

Hine, Christine. “Connective ethnography for the exploration of e-science”. *Journal of Computer-Mediated Communication* num 12 (2007).

Kopp, Julián. “Resumen de tesis de licenciatura. Un estudio del juego entre los jugadores de juegos de rol masivos en línea (MMORPG)”. *Revista Lúdicamente* Vol: 4 num 7 (2015).

Levy, Nahuel. “Quiero sólo gente que diga genialidades. Individualismo y solidaridad en comunidades digitales”, X Congreso Argentino de Antropología Social, Facultad de Filosofía y Letras – Universidad de Buenos Aires. 2011.

Levy, Nahuel. “El espíritu hacker: Ética, conocimiento y reconocimiento en foros de Internet”, Tesis de Licenciatura en Ciencias Antropológicas, Facultad de Filosofía y Letras, Universidad de Buenos Aires. 2014.

Marcus, George. "Etnografía en/del sistema mundo. El surgimiento de la etnografía multilocal", *Alteridades* Vol: 11 num 22 (2001): 111-127.

Martel, Frédéric. *Smart. Internet(s): La investigación*. Barcelona: Taurus Editorial. 2014.

Scolari, Carlos. *Hipermediaciones. Elementos para una teoría de la Comunicación Digital Interactiva*. Barcelona: Gedisa Cibercultura. 2006.

Weber, Max. *Economía y Sociedad*. México: FCE. 1980.

REVISTA
INCLUSIONES M.R.
REVISTA DE HUMANIDADES
Y CIENCIAS SOCIALES

CUADERNOS DE SOFÍA
EDITORIAL

Las opiniones, análisis y conclusiones del autor son de su responsabilidad y no necesariamente reflejan el pensamiento de la **Revista Inclusiones**.

La reproducción parcial y/o total de este artículo debe hacerse con permiso de **Revista Inclusiones**.