

# Cuadernos Metodológicos del CIMeCS | N 1

El uso de recursos digitales  
en el campo de la investigación social

**Cuadernos Metodológicos del CIMeCS**

**Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación**

**Decana:** Ana Julia Ramírez

**Vicedecano:** Martín Legarralde

**Instituto de Investigaciones en Humanidades y Ciencias Sociales  
(IdIHCS, UNLP-CONICET)**

**Vice-director a cargo de la Dirección:** Antonio Camou

**Centro Interdisciplinario de Metodología de las Ciencias Sociales  
(CIMeCS)**

**Directora:** Leticia Muñiz Terra

**Co-Directora:** María Eugenia Rausky

**Secretaria:** Belén Castrillo

**Comité Editorial:** Dra Leticia Muñiz Terra; Dra. María Eugenia Rausky; Dr. Juan Piovani; Dra. Susana Ortale; Dra. Licia Pagnamento; Dr. Sebastián Benitez Larghi, Mg. Rodolfo Iuliano; Dra. Vanesa Lio; Dra. Belén Castrillo; Dr. Iván Galvani.

**ISSN 3008-7597**

**La Plata, 20 de octubre de 2023**

<b>Presentación: Breve historia de un comienzo.....</b>	<b>5</b>
<b>Principios de etnografía digital</b>	
Elisenda Ardèvol.....	8
<b>Reflexiones en torno a la transformación digital</b>	
<b>y la investigación social: un debate necesario en América Latina</b>	
María Eugenia Rausky y Javier A. Santos .....	24
<b>Memoria reflexiva de un proceso de investigación:</b>	
<b>la cuestión digital interpelada</b>	
Paula Cuestas .....	39

**“Presentación: Breve historia de un comienzo”** - Leticia Muñiz  
Terra

**“Principios de etnografía digital”** - Elisenda Ardèvol

**“Reflexiones en torno a la transformación digital y la investigación social: un debate necesario en América Latina”** - María Eugenia Rausky & Javier A. Santos

**“Memoria reflexiva de un proceso de investigación: la cuestión digital interpelada”** – Paula Cuestas

## **Presentación: Breve historia de un comienzo**

### Presentation: Brief history of a beginning

**Leticia Muñiz Terra**

Directora del CIMeCS

lmuizterra@conicet.gov.ar

Los Cuadernos Metodológicos del Centro Interdisciplinario de Metodología de las Ciencias Sociales (CIMeCS) nacen como una publicación dirigida a estudiantes, docentes, profesionales, investigadores/as y público en general interesado en temas ligados a la metodología de la investigación social.

A 18 años de la creación de nuestro centro, que se integra en el Instituto de Investigaciones en Humanidades y Ciencias Sociales (IdIHCS. CONICET –UNLP y FaHCE) nos parece de vital importancia socializar conocimientos y experiencias sobre la Metodología de las Ciencias Sociales, que favorezcan el desarrollo, la difusión y la formalización tanto de contenidos disciplinarios específicos, es decir, de instrumentos conceptuales y operativos habitualmente utilizados en la investigación empírica, como de reflexiones sobre el rol del/la metodólogo/a en tanto experto/a en el uso y diseño de instrumentos de investigación (asesoramiento a equipos de investigación, enseñanza y transferencia del conocimiento metodológico).

Esta propuesta tiene su origen en los intercambios que investigadores/as, docentes, tesistas y becarios/as hemos ido construyendo al interior del CIMeCS y en nuestros vínculos con investigadores/as y estudiantes de otras instituciones, y persigue el objetivo de promover el desarrollo de recursos que puedan ser utilizados como materiales para apoyar los procesos de enseñanza en cátedras de metodología, talleres de investigación, procesos de orientación de tesinas y tesis, pudiendo ofrecerse como una colección de materiales pedagógicos.

Cada documento se estructura en torno a un tópico y cuenta con tres con-

tribuciones individuales o colectivas producidas por: un/a investigador/a externo/a especialista en la temática del documento a publicar, investigadores/as formados/as del CIMeCS e investigadores/as en formación de nuestro centro.

Para dar comienzo a esta colección, proponemos como tema central **El uso de recursos digitales en el campo de la investigación social**. Si bien esta temática reconoce una significativa trayectoria en contextos como el norteamericano y el europeo y una incorporación algo más tardía en Latinoamérica, recientemente ha recibido una gran atención en el contexto de la pandemia por COVID-19. En este marco, el primer número de los Cuadernos Metodológicos del CIMeCS tiene como objetivo discutir sobre perspectivas metodológicas orientadas por lo digital y así debatir sobre sus implicancias a largo plazo en un horizonte de investigación postpandémico.

En este número contamos, inicialmente, con la contribución de la Doctora Elisenda Ardevol, investigadora de la Universidad Oberta de Catalunya, España, que se especializa en antropología visual, digital y de los medios de comunicación. Su texto, titulado “Principios de etnografía digital”, presenta un estado de la cuestión y problematiza a la etnografía digital como un método de investigación que incluye las tecnologías digitales en tanto medio de comunicación y como parte de la metodología para el desarrollo de investigaciones cualitativas y para la construcción de objetos de estudio.

En segundo lugar, presentamos un artículo de los/as investigadores/as del CIMeCS María Eugenia Rausky y Javier Santos, titulado “Reflexiones en torno a la transformación digital y la investigación social: un debate necesario en América Latina”, que ofrece un panorama sobre algunos de los aspectos clave alrededor de la dimensión metodológica implicada en la sociología y la antropología digital, recuperando algunos ejes ordenadores problematizados en el contexto de los abordajes cuantitativos -producción de datos amplios/grandes- y cualitativos/etnográficos -producción de datos densos.

En tercer lugar hemos incorporado un artículo de Paula Cuestas, tesista doctoral del CIMeCS, que se titula “Memoria reflexiva de un proceso de investigación: la cuestión digital interpelada”, en el marco del cual se desarrollan las decisiones metodológicas adoptadas y los modos en que la pregunta por lo digital fue cobrando forma a lo largo de la investigación doctoral que recientemente concluyó.

Los tres textos realizan aportes interesantes sobre cuestiones esenciales vinculadas con el uso de recursos digitales en el campo de la investigación

social y nos invitan a reflexionar sobre su importancia en el contexto actual. Esperamos con ello hacer una interesante contribución e invitación para seguir pensando y repensando las metodologías de las ciencias sociales, abriendo nuevos caminos y desafíos para las prácticas de investigación.

# **Principios de etnografía digital**

## Principles of digital ethnography

**Elisenda Ardèvol**

Universitat Oberta de Catalunya

eardevol@uoc.edu

### **Resumen**

En este artículo se presenta la etnografía digital como método de investigación que incluye las tecnologías digitales como medio de comunicación y como parte de nuestra metodología y objeto de estudio. En primer lugar, se hace un planteamiento de la relevancia de las tecnologías digitales en las sociedades contemporáneas y cómo prácticamente atraviesan todas las esferas de la vida cotidiana y, por tanto, de nuestros objetos de investigación en ciencias sociales. A continuación, se abre una reflexión sobre la adaptación del método etnográfico a los entornos digitales. Esto incluye considerar las implicancias que tienen los medios digitales en el desarrollo de nuevas técnicas de investigación, en delimitar nuestro campo empírico, abrir nuevas formas de relacionamiento, y compartición de conocimiento. En tercer lugar, se trata de las diferentes formas en que se ha planteado la etnografía de/con/en/a través de lo digital a partir de distintos ejemplos y aproximaciones metodológicas. Finalmente, se propone plantear cuáles son los principios metodológicos de la etnografía y su correlación con los principios de la etnografía digital, así como los horizontes que habilita.

Palabras clave: Etnografía; Métodos digitales; Mediación tecnológica; Reflexividad.

### **Introducción**

La etnografía digital se desarrolla como aproximación metodológica para explorar un nuevo espacio social que se abre con las tecnologías de la



información y de la comunicación a raíz de la progresiva popularización de internet en los años 90 del pasado siglo. Actualmente, y por ahora, Internet forma parte de la realidad de la mayoría de las personas, siendo prácticamente imprescindible para la organización y la coordinación de las actividades diarias, la comunicación interpersonal y el entretenimiento.

La arquitectura y tecnologías basadas en Internet han posibilitado el intercambio masivo de información y la comunicación entre muchos a muchos usuarios simultáneamente, en tiempos sincrónicos y asincrónicos, con formatos de acceso público y de acceso restringido, y desde diferentes niveles de identificación y de participación individual o colectiva. Esta apertura y flexibilidad tecnológica ha supuesto la aparición de innumerables plataformas y aplicaciones abriendo una facilidad sin precedentes para la comunicación e intercambio de información a distancia y entre pares que ha modificado en gran medida nuestras formas de trabajo y relacionamiento, así como ha supuesto transformaciones importantes en las reglas de juego de los medios de comunicación masivos y las industrias culturales, generando formas de creación, distribución, regulación, control y consumo de productos culturales basados en la agencia computacional (algoritmos, IA) y en la participación de la ciudadanía (Van Dijck, 2016).

Para tener un contexto sobre la extensión del uso de internet para la comunicación humana, vemos que, según datos del Banco Mundial<sup>1</sup>, si en el año 2001 solo un 10% de la población en Argentina usaba internet; en el año 2021 la cifra alcanzaba ya un 87% y este incremento es parecido en la mayoría de los países latinoamericanos (los valores oscilan entre el 63% para El Salvador y el 90% en Chile), con un 94% en España, por citar algunos ejemplos cercanos. De manera que actualmente la mayor parte de los países a escala mundial se sitúan entre el 60 y el 100% (exceptuando una menor incidencia en algunos países del continente africano). Y lo mismo sucede con las suscripciones a telefonía celular móvil. Según la misma fuente, a nivel mundial tenemos un índice de 107 suscripciones por cada 100 personas para el año 2021; situándose Argentina en 130, Bolivia en 100 y España en 120. Estas cifras nos hacen pensar que cualquier campo de investigación en ciencias sociales debe incorporar de un modo u otro las tecnologías digitales, aún en los países dónde estos medios de comunicación no alcanzan a la mitad de la población, no es posible pasar por alto su importancia en nuestro mundo en

---

<sup>1</sup> <https://datos.bancomundial.org/>

todas las esferas de la vida humana, y muy especialmente a nivel económico, político, social y cultural.

Desde el trabajo pionero de Manuel Castells (1998), los estudios sobre los medios digitales son abundantes y encontramos temáticas recurrentes y aproximaciones convergentes de investigación que se han desarrollado en torno a las dimensiones sociales y culturales de las tecnologías de la información y de la comunicación. También contamos con un corpus importante de estudios cualitativos y de corte etnográfico relacionados con temáticas como la juventud (García Canclini et al. 2012), la brecha digital (Winocur y Vilela, 2016), la desigualdad social (Ramos-Mancilla, 2020) o el uso de Internet en activismos indígenas (Grillo, 2013). Brevemente, podemos señalar tres grandes enfoques de la investigación sobre Internet y los medios digitales: el análisis de su impacto y consecuencias en la sociedad o en las interrelaciones que se articulan entre la cultura digital global y las culturas locales; el análisis de las nuevas formas de sociabilidad, subjetividades e identidades que se construyen en los entornos digitales (Lasén, 2014); y el análisis de las prácticas y significaciones sociales que se originan o vehiculan a través de estos medios (Gómez-Cruz, 2012).

Según Gabriela Coleman (2010), la perspectiva etnográfica, como enfoque cualitativo, se centra en el análisis cultural de los medios, atendiendo tres ejes clave: las representaciones que circulan en Internet sobre distintos colectivos o temáticas, como la representación del cuerpo femenino, la crisis medioambiental, la privacidad, etc. Las prácticas mundanas en que se involucran los medios digitales, especialmente las redes sociales, como puede ser la práctica fotográfica. O bien el estudio de las culturas vernaculares de lo digital, como los hackers y programadores, pero también los colectivos de *gamers*, los *influencers*, los memes o la cultura popular de Internet.

### **Adaptación e innovación metodológica**

Los medios de comunicación basados en internet se integran en la investigación social desde distintos planos: objeto de estudio, método, proceso y producto. De manera que ante cualquier empresa investigativa nos debemos preguntar cómo se constituye nuestro objeto de estudio; con y a través de qué medios digitales; cómo podemos seguir a nuestros interlocutores en estos medios; y cómo afecta la mediación tecnológica en la configuración del campo de estudio, en la ética profesional y en relaciones que establecemos con nuestros

interlocutores (Estalella y Ardèvol, 2007), así como en el tipo, obtención y tratamiento de datos y en la producción y difusión de conocimiento.

Internet y sus distintas aplicaciones y plataformas es una herramienta cada vez más importante en la práctica de la investigación en ciencias sociales (Rogers, 2023). En principio, podemos adaptar los métodos de investigación y técnicas consolidadas y bien establecidas en las ciencias sociales a este “nuevo” medio. Internet es un medio de medios por el que podemos obtener información sobre temas muy diversos y a través del cual podemos recoger distintos tipos de datos, por ejemplo, a partir del diseño de cuestionarios online o por email, de entrevistas sincrónicas por chat o por videoconferencia, preguntas formuladas en un grupo de una red social o foro electrónico, o también podemos diseñar entrevistas grupales online (Mann y Stewart, 2000), técnicas que se expandieron y regularizaron durante la pandemia (Vidal y Grippo, 2021). Obviamente, nos referimos aquí a métodos de investigación cualitativos que presuponen la obtención de datos sobre el comportamiento y la opinión a partir de la observación directa, cuestionarios o entrevistas. Pero no podemos pasar por alto en esta revisión otras fuentes de información que pueden obtenerse a través de rastrear el comportamiento de los usuarios en la red, el flujo de emails en una organización, o la interconexión de conversaciones en un chat (Hewson y Yule, 2003). Datos de trayectorias, conexiones y navegación también pueden ser útiles para la investigación que nos proponamos. Aquí entraríamos también en las posibilidades del análisis Big Data o el análisis sentimental o de redes (Ardèvol, 2016). En estos casos se trata de metodologías innovadoras que nacen con estos medios y aprovechan los recursos que para la investigación ofrecen los medios digitales y también plantean nuevas problemáticas éticas y metodológicas (Boyd y Crawford, 2012).

Uno de los métodos utilizados para la investigación sobre la actividad de las personas en y a través de los medios digitales es la etnografía y sus técnicas por excelencia, la observación participante y la entrevista en profundidad, ya que uno de los rasgos más importantes de los medios digitales es su utilización como espacios de interacción social. La etnografía se ha adaptado a este nuevo medio adaptando sus principios a los nuevos contextos sociales; tratando de trasladar a los nuevos escenarios las formas de hacer de la observación participante y la entrevista en profundidad. En los entornos digitales es posible realizar un trabajo de campo etnográfico, aplicando la observación

participante, lo que supone establecer una relación de empatía y proximidad con las personas que interactúan en estos entornos para comprender sus formas de vida, prácticas y significaciones “desde dentro”; es decir, aprendiendo y teniendo en cuenta la perspectiva de los actores sociales. Sin embargo, esta adaptación no ocurre sin modificaciones y cada nuevo contexto etnográfico transforma la propia práctica etnográfica, abriendo la posibilidad a la innovación metodológica. A continuación, veremos cómo la etnografía se ha adaptado a estos nuevos contextos, las problemáticas planteadas y la apertura del método.

### **Etnografías de lo digital**

La incorporación de los medios digitales a la investigación etnográfica ha supuesto generar distintas estrategias adaptativas y la etnografía ha recibido distintos apelativos en estos ajustes, desde la ciber etnografía y la etnografía virtual hasta a la netnografía y la etnografía digital.

La etnografía virtual propuesta por Christine Hine (2003) se plantea como un método adecuado y adaptado al estudio de las interacciones que ocurren en los espacios virtuales, ya sea un foro electrónico, un chat de mensajería instantánea o una red social. Un método que recoge y tiene en cuenta la experiencia de las personas para explicar las acciones y comportamientos online.

La etnografía virtual (Hine, 2003), la ciber etnografía (Rybas y Gajjala, 2007) o la netnografía (Kozinets, 2019) son distintas aproximaciones que se caracterizan por ser una etnografía hecha enteramente online, en el llamado “ciberespacio”; en un espacio virtual donde cualquier persona puede acceder con un ordenador o dispositivos móviles. En un principio, la metáfora del “ciberespacio” y de “espacio virtual” fueron de gran utilidad para poder comprender cómo interactuábamos en estos nuevos entornos mediados por la tecnología. Como afirmaba Johnson (1997), por primera vez una máquina no era imaginada como una prolongación de nuestros cuerpos, sino como un entorno; un espacio para ser explorado. La interfaz gráfica desarrollada por Engelbert, al permitir movernos por la pantalla con el ratón (y ahora también con el dedo o la mirada), alteró nuestra relación con las máquinas y con nuestras representaciones. Nos permitió interactuar con las máquinas a partir de representaciones de la agencia del sujeto (p.e. la flecha del ratón) y de los programas (p.e. iconos de archivos y carpetas) y fue el primer paso para la comunicación interpersonal a partir de interfaces gráficas y textuales. La red de redes (*worldwideweb*) y las posteriores aplicaciones nos permitieron vi-

sualizar las interfaces gráficas de intercambio de información textual, visual y audiovisual entre usuarios como “lugares” o “espacios virtuales” y así triunfó la noción de “ciberespacio” para referirnos a ellos (Escobar, 2005).

Muchas etnografías de Internet se centraron en un inicio (y también actualmente) en el ciberespacio, y concretamente, en las comunidades virtuales y la vida en la pantalla, describiendo como era posible que las personas generaran comunidades, sentimientos de pertenencia y valores compartidos a través de una comunicación textual, mediada por ordenador, muchas veces interactuando de forma anónima, mediante pseudónimos y sin conocerse cara a cara (Taylor et al., 2013).

La interfaz se abre como un nuevo espacio para la interacción social y posibilita la creación de comunidades virtuales y la emergencia de una cultura digital, que en un principio, se consideraba que podía crearse *ex novo*, sin tener en cuenta los condicionantes del “mundo real” como la raza, el género, la clase social o el grupo de pertenencia. El ciberespacio se presentaba como un espacio etéreo y virtual contrapuesto al mundo “real” e Internet como un mundo nuevo dónde todo podía ser posible. Si el ciberespacio se imaginaba como un espacio de libertad, donde las personas pueden ser libremente quienes quieran ser y el anonimato una de sus características principales, entonces, la persona etnógrafa se preguntaba: ¿con quién estamos hablando?, ¿quiénes son los “otros” con los que interactuamos para nuestra investigación? ¿Hemos de generar una nueva categoría de sujeto acorde a estas nuevas identidades? Así, Mayans (2002) nos hablaba de un “ciberotro” o de un “teleotro”, mientras Hine (2004) aludía a la imposibilidad de establecer en todos los casos una correspondencia inequívoca entre una entidad online y una persona física; una correspondencia entre la identidad que se manifiesta online y la identidad mantenida offline, de manera que la investigadora se encontraba ante la posibilidad de ser engañada o que la persona entrevistada en la virtualidad fuera más propensa a mantener su identidad ficticia. Por otra parte, estudios como los de Nakamura (2002) mostraron que la independencia del ciberespacio no solo era ilusoria, sino que reproducía las clasificaciones y desigualdades sociales. El ciberespacio, entendido como lugar de participación libre y democrática pronto entraría en crisis, pero en el imaginario colectivo persistiría esta distinción (Rodríguez Cano, 2018).

Si establecemos una distinción entre la realidad virtual y el mundo real, entonces: ¿para qué estudiar estos espacios virtuales si no forman parte de la realidad? ¿Por qué una investigadora que está estudiando, por ejemplo, la mi-

gración argentina en España debe atender a lo que ocurre en esos espacios metafísicos, ajenos a este mundo de carne y hueso? Estudiar lo que ocurre en internet parecería un objeto de estudio distinto a estudiar lo que ocurre en nuestra geografía y en nuestras fronteras. Cómo conceptualizamos estos espacios, las interacciones que allí ocurren, las identidades que se despliegan y las sociabilidades que allí emergen no es baladí. Además, la cuestión de la identidad personal sigue siendo una cuestión problemática, y especialmente relevante cuando estudiamos redes sociales y foros públicos, donde la agencia del sujeto se presenta a partir de un seudónimo o de un perfil de usuario, y sabemos que una misma persona puede tener más de una identidad digital o puede manipular e inventar sus datos corporales, sociodemográficos, opiniones, sentimientos, etc. Pero también sabemos que lo que ocurre en esos espacios está profundamente imbricado en nuestra vida diaria, que forman parte de nuestra realidad, no son un mundo aparte, sino parte de nuestro mundo (Ardèvol y Gómez-Cruz, 2012).

Otra problemática importante en la práctica de la etnografía virtual es la cuestión de la mediación tecnológica (Moya y Vázquez, 2010). La investigación realizada en Internet supone un grado de reflexividad en las relaciones de la persona etnógrafa con sus herramientas de investigación, lo que en la etnografía de a pie se da muchas veces por supuesto. En distintos manuales de etnografía se insiste en que la primera herramienta del investigador de campo es la persona investigadora misma. La co-presencia con nuestros interlocutores es uno de los rasgos del método etnográfico. Las propias impresiones en el campo son una de las primeras fuentes que deben considerarse y contrastar con los datos que se recogen. Los datos etnográficos están siempre atados al contexto y a la experiencia y memoria de la investigadora: son descripciones de lo que ha visto hacer o ha oído decir. Estas descripciones suelen ser inscripciones (al decir de Geertz, 2008), es decir, representaciones de acontecimientos.

La mediación tecnológica de la etnografía de a pie es el lápiz y el papel, y más recientemente, también la grabadora de audio, la fotografía y el vídeo. Pero en el caso de buena parte de las interacciones en el espacio virtual, los datos etnográficos son literales, podemos tomar una reproducción exacta de la interacción textual, gráfica, sonora o audiovisual, llevada a cabo por los y las participantes, y tenemos, además, el registro de interacciones pasadas, acceso a un historial que nos proporciona datos significativos sobre ese gru-

po social y sus dinámicas. Por un lado, parece poder hacerse realidad el sueño de todo investigador: acceder a la totalidad de la acción social y obtener unos datos completos e isomórficos con el propio acontecimiento social. No existe transcripción ni traducción del gesto a la fotografía, de la palabra oral a la transcripción escrita, no hay intermediación entre la realidad estudiada y su representación; ya que la interacción está hecha de representaciones (de texto e imagen y de registros en audio o video). Se puede hacer un “pantallazo” y analizar “lo que ha pasado” sin tener la sensación de que perdemos información en la inscripción o transcripción. Sin embargo, esto puede ser visto como un nuevo espejismo que pasa por alto los contextos de los participantes y las dificultades interpretativas (Ardèvol et al. 2003).

Por otro lado, la mediación tecnológica está más presente que nunca, no se puede invisibilizar, no es transparente, sino que forma parte de la misma interacción que queremos estudiar (Ardèvol et al. 2003). Para poder comprender qué está pasando debemos aprender a interactuar en el espacio virtual, debemos conocer cómo está construido, cuáles son las reglas sociales implícitas en la arquitectura del medio; cómo los programas, las interfaces gráficas y textuales organizan la interacción, permiten unas acciones e imposibilitan otras (Proulx, 2000) y también cuáles son las normas explícitas de la plataforma y las desarrolladas por los participantes. Sólo así podremos acceder a la experiencia de las personas y analizar cómo se apropian de estas tecnologías para llevar a cabo su acción social. Es por esta razón que la etnografía virtual pone el énfasis en la reflexividad de la persona investigadora y en su proceso de aprendizaje de manejo de la tecnología como parte misma de la investigación y, más que nunca, entiende la etnografía como un proceso comunicativo. Lo digital ofrece una oportunidad única para transformar reflexivamente el método etnográfico en general y para repensar los presupuestos teóricos sobre la mediación tecnológica en la investigación social.

Una última cuestión relacionada con la aplicación del método etnográfico para la investigación de aspectos sociales y culturales que suceden online es la del contexto. ¿Dónde acaba y dónde empieza el campo? Una vez más, los límites son arbitrarios, lo que no significa que sean aleatorios, sino que han de ser delimitados por la investigación.

Depende de para qué hacemos la investigación y de los resultados que queremos obtener, podemos pensar en una etnografía de/en/a través/con internet. Por ejemplo, Tom Boellstorff (2008) realiza su etnografía enteramente

en *Second Life*, un juego de realidad virtual que simula un mundo fantástico dónde es posible llevar a cabo una vida cotidiana. Su objetivo de estudio es describir y analizar cómo los avatares construyen su mundo, se mueven y se relacionan de forma significativa. Mientras que este autor delimita su campo en lo que sucede en este mundo digital, Christine Hine (2003) en su estudio sobre los grupos de apoyo a una nani inglesa que es acusada de asesinar al bebé que cuidaba en Estados Unidos, nos habla de una etnografía virtual que no termina en espacio virtual, un chat o un foro de una página web, sino que la plantea como asituada y múltiple. Es decir, que la etnografía se mueve entre diferentes espacios virtuales y sigue las múltiples interacciones de los contextos que crean los y las usuarias y a los que se refieren, ya que lo que le importa es la relación mediática en torno a este caso de estudio. Otro ejemplo es la etnografía de los *hackers* realizada por Contreras (2004), que no se realiza exclusivamente en listas de distribución, sino que sigue a las personas en sus casas, en los cafés y en los *hackáthons*. Kelty (2008) por su parte, habla del seguimiento etnográfico de un fenómeno distribuido como es el software libre y su trabajo de campo en foros online, listas de distribución y encuentros, y Postill (2018) reúne en un volumen su trabajo de campo sobre movimientos sociales, siguiendo a los activistas sobre el terreno y en distintos medios digitales. Siguiendo a Hine, el campo no tiene por qué estar territorialmente delimitado, ni siquiera vinculado al concepto de ciberespacio y puede incluir entornos físicos, ya que, de hecho, ninguna interacción digital ocurre en el vacío. Podemos imaginar una etnografía que siga a la gente, que investigue sobre las metáforas, los conflictos, sobre trayectorias, objetos y relaciones. A la etnografía que conecta los distintos contextos de relacionamiento, aquí, le llamaremos etnografía digital.

La etnografía digital hace énfasis en la mediación tecnológica como parte de su objeto y método, pero no establece dicotomías fijas entre los ámbitos online y offline. No establece diferencias sustantivas entre la etnografía “virtual” y “de calle”, sino más bien considera diferentes tipos de entornos y formas de co-presencia por los cuales transitamos siguiendo a nuestros interlocutores en el campo. De esta manera, el campo no queda delimitado por un espacio o territorio, sino que se va configurando en nuestra interrelación con los participantes de nuestra investigación. Así la etnografía digital incluye la dimensión digital tanto en las técnicas de recogida de datos como en el establecimiento del lugar etnográfico (Pink et al. 2016), pero tiene en cuenta



los distintos espacios sociales que implican a los participantes de la investigación, y por tanto, no se limita a lo digital, sino que lo integra como una parte del campo y en el objeto de estudio.

La etnografía digital incluye en el trabajo de campo los espacios virtuales y los medios que son significativos para las personas participantes en la investigación; entendiendo que las tecnologías digitales son a la vez un medio de comunicación, un artefacto cotidiano y un lugar de encuentro e interacción que permite la formación de comunidades, de relaciones afectivas, laborales o de cualquier otra índole, así como desarrollar prácticas creativas, comerciales, altruistas y de activismo político, entre otras, que interactúa con las distintas esferas de la vida de las personas, a la vez que supone la emergencia de fricciones en las categorías sociales como espacio, tiempo, privado, público, realidad, identidad o cuerpo. La desestabilización de las categorías sociales formaría parte del objeto de estudio, junto con un análisis crítico del control tecnológico y de la percepción social del funcionamiento de los algoritmos y las promesas de la IA.

Aunque la etnografía digital no se centra exclusivamente en el estudio del ciberespacio, considera necesario atender a las prácticas en, con y a través de lo digital y cómo las personas hacen sentido de estas prácticas. Esto supone reconsiderar la dicotomía virtual/real o entender que las dimensiones online/offline o físico/digital forman parte de un continuo que hemos denominado materialidad digital (Pink et al., 2016) y que tiene que ver con los procesos materiales e inmateriales significativos para las personas que participan en nuestra investigación.

Resumiendo, la etnografía de, en, con o a través de internet ha recibido distintas adjetivaciones. Entendemos que la ciber etnografía se ha centrado más bien en analizar lo que sucede “en” un determinado espacio virtual y su objetivo es aprehender la cultura que emerge en estos entornos, mientras que la etnografía virtual nace como una etnografía “de” internet para aprehender las prácticas sociales y culturales de las personas en estos entornos, teniendo en cuenta la vida cotidiana online y offline, que también sería el objetivo de la netnografía (Kozinets, 2019), que entiende que lo que pasa online tiene repercusiones en la vida cotidiana de las personas. La etnografía digital se conceptualiza como una etnografía “con” lo digital, de manera que lo digital es parte de la vida cotidiana de las personas. Ahora bien, no importa como tildemos la etnografía, lo importante es especificar bien en la

metodología de nuestra investigación, cual va a ser su alcance y su propósito; en definitiva, explicitar cómo vamos a integrar lo digital en nuestro campo, objeto y método.

### **Principios de etnografía digital**

La etnografía digital sigue los mismos principios que la etnografía de a pie, adaptándolos a los contextos digitales cuando sigue a las personas en estos contextos. A nivel epistemológico estos principios son tres:

- 1) *Ir hacia la gente*: que implica un desplazamiento de la subjetividad de la persona investigadora hacia otras subjetividades para comprender la perspectiva de los actores y colectivos que forman parte de su objeto de estudio;
- 2) *Inmersión en la vida cotidiana*: que supone comprender las actividades y significaciones de la gente desde su punto de vista, para generar un conocimiento encarnado y situado en la experiencia reflexiva de la persona investigadora;
- 3) *Transformación y ampliación de la visión*: al incorporar la perspectiva de los actores sociales transforma nuestra mirada y nuestra práctica, de forma que la teoría dialoga con los datos empíricos, no los encasilla.

A nivel metodológico, la etnografía digital supone desarrollar estrategias de co-presencia en la entrada, durante el trabajo de campo y salida del campo (construcción de una identidad investigadora, generación de relaciones, compromisos éticos) en los entornos concretos que cada investigación define, no solo digitales, pero especialmente a tener en cuenta cómo utilizamos los medios digitales (Di Prospero y Prado, 2019).

En la etnografía digital, buena parte de la observación participante pasa por la exploración de espacios virtuales, interfaces representacionales, para estudiar la vida social que se desarrolla en ellos. Esto significa tratar con datos textuales y gráficos y crear una identidad digital del investigador o investigadora que le permita moverse e interactuar con otras entidades virtuales. Cómo creamos esta identidad forma parte también del proceso de investigación (Contreras, 2004). Sin embargo, es necesario diferenciar el objeto de estudio de la unidad de análisis y de la unidad de observación. El objeto de estudio es siempre un objeto teórico (por ejemplo, las relaciones de género),

para el que definimos una unidad de análisis (el ciberespacio) y buscamos una unidad de observación empírica (tal o cual red social). Obviamente, nuestra etnografía no tiene por qué limitarse a una unidad de análisis o a una unidad de observación.

Las entrevistas en profundidad son otra técnica principal en la etnografía. Ya hemos vistos las dificultades que puede implicar establecer la identidad de nuestros interlocutores. Sin embargo, para Christine Hine, esto no es un problema para la investigadora, sino un problema de la investigación. Es decir, lo importante es ver cómo los participantes tratan la cuestión de la autenticidad, qué valor le dan a la identidad personal en su interacción online, cómo gestionan su identidad y cómo conceptualizan y experimentan la autenticidad o el engaño. Desde esta perspectiva, para la etnógrafa, no importa tanto que se diga la verdad o se mienta, sino analizar los comportamientos y narrativas pertinentes a esta cuestión. Por otra parte, se ha sobreestimado la entrevista cara a cara sobre la entrevista online en relación con la autenticidad y la veracidad de las manifestaciones de la persona entrevistada, como si en estos contextos no se pudiera mentir o engañar, o como si las opiniones que se expresan sean más veraces e inamovibles que las manifestadas en un contexto virtual. Este es un prejuicio que no está contrastado por la experiencia y los datos que tenemos muestran que las personas pueden sentirse mucho más sinceras en una conversación mediante un chat o por teleconferencia que cara a cara con la investigadora (Ardèvol et al. 2003).

### **Lo digital como apertura**

Al principio argumentaba que la etnografía digital no tiene nada de “raro” respecto a la etnografía de a pie y he planteado que sigue los mismos principios generales que la etnografía tal y como la entendemos y practicamos en una aldea, una plaza o en un hospital. Solo que, en nuestros días, para entender la vida cotidiana en un hospital, en una escuela o incluso en una plaza es necesario seguir a nuestros actores sociales en sus prácticas teniendo en cuenta la materialidad digital.

Ahora bien, adaptar la etnografía a la materialidad digital no solo fricciona las categorías sociales establecidas (tiempo, espacio, cuerpo, presencia, etc.) también transforma nuestra práctica. No se trata solo de adaptar la etnografía a Internet o hacer etnografía por medios digitales, sino que, en este proceso, usamos nuestra reflexividad, aprendemos del campo y experimentamos

nuevas formas de hacer etnografía y nuevas formas de estar en el campo. Por ejemplo, a partir de la creación de nuestro perfil en una red social, generamos una co-presencia en el campo que es asíncrona, de manera que la gente puede interactuar con nuestro perfil independientemente de que estemos o no conectados en ese momento. El abrir un blog o una página nos permite proponer a nuestros interlocutores que participen en nuestra investigación subiendo vídeos o fotografías, escribiendo texto o mandando audios, de manera que podemos realizar etnografías de un modo colaborativo. Del mismo modo, podemos compartir los resultados de nuestro estudio por medios interactivos, ampliando nuestras audiencias. Esto nos lleva a generar nuevas metodologías basadas en la imaginación etnográfica (Sánchez-Criado y Estalella, 2023).

La etnografía digital implica pues abrir nuestra caja de herramientas, dejarse transformar por el campo. Para ello, podemos esbozar 5 principios a tener en cuenta a la hora de lanzarnos a explorar sus posibilidades:

- 1) *Multiplicidad*: Hay más de una manera de hacer trabajo de campo; se pueden generar y mantener distintas formas de co-presencia en el campo y no implica usar sólo métodos digitales.
- 2) *No centralidad de lo digital*: Lo digital es parte del campo, no necesariamente el objeto de estudio (aunque lo puede ser). Propone evitar el media-centrismo; en el sentido de que estudiamos con personas, no los medios (necesariamente).
- 3) *Indeterminación del campo*: El campo no está predeterminado ni es autoevidente; se construye durante el proceso, es multisituado y coetáneo a la investigadora y participantes de la investigación.
- 4) *Reflexividad*: Aprender es hacer campo; La tecnología es cultura (podemos y debemos comprenderla). Evitar el determinismo tecnológico. La tecnología es cocreada entre diseñadores/usuarios. La tecnología no está cerrada (al menos Internet), está en constante proceso de desarrollo y hay que integrarla crítica y reflexivamente.
- 5) *Materialidad*: Lo digital es material e inmaterial (como cualquier cosa de este mundo); La tecnología está hecha de materialidad discursiva (de bits tanto como de átomos) y de aspectos prácticos como de ideologías e imaginarios. Evitar dicotomías ontológicas o jerarquizantes (real/virtual; auténtico/falso; humano/no humano, etc.)

La raíz del método etnográfico reside en la necesidad de comprender y en la capacidad de aprender de la experiencia en la interacción con los demás. Aspira a generar un conocimiento situado, corporalizado y reflexivo a partir de una gran heterogeneidad de datos. Aquí solo se han esbozado unos principios generales que puedan orientar el camino; no hay recetas. Los métodos deben responder a los retos contemporáneos y deben poder abrirse a la imaginación.

## **Bibliografía**

- Ardévol, E., Bertrán, M., Callén, B., & Pérez, C. (2003). Etnografía virtualizada: la observación participante y la entrevista semiestructurada en línea. *Athenea Digital. Revista de pensamiento e investigación social*, (3), 72-92.
- Ardévol, E. (2016). Big data y descripción densa. *Virtualis*, 7(14), 14-38.
- Ardévol, E. Gómez-Cruz, E. (2012) Las tecnologías digitales en el proceso de investigación social: reflexiones teóricas y metodológicas desde la etnografía virtual. *Políticas del conocimiento y dinámicas interculturales*, Publicaciones del Cidob.
- Boellstorff, T. (2008) *Coming of age in Second Life: An anthropologist explores the virtually human*. Princeton University Press.
- Boyd, D., & Crawford, K. (2012). Critical questions for Big Data. *Information, Communication & Society*, 15:5, 662-679.
- Castells, M. (1998) *La era de la Información. Economía, Sociedad y Cultura*. Madrid: Alianza Editorial.
- Coleman, E. G. (2010). Ethnographic approaches to digital media. *Annual review of anthropology*, 39, 487-505.
- Contreras, P. (2003) *Me llamo Kohfam. Identidad hacker: una aproximación antropológica*. Gedisa.
- Di Prospero, C., & Prado, D. D. (2019). Etnografía (de lo) digital Introducción al dossier. *Papeles de Trabajo, Etnografías Contemporáneas*, 5(9).
- Escobar, A. (2005) “Bienvenidos a Cyberia. Notas para una Antropología de la cibercultura” en *Revista de Estudios Sociales*, nº 22. Bogotá, sept/diciembre.
- Estalella, A. & Ardévol, E. (2007). Ética de campo: hacia una ética situada para la investigación etnográfica de internet. In *Forum Qualitative Sozialforschung/Forum: Qualitative Social Research* (Vol. 8, No. 3, p. 19).

- García Canclini, N. et al. (2012) *Jóvenes, culturas urbanas y redes digitales*. Ariel, Fund. Telefónica.
- Geertz, Clifford. 2008. *La interpretación de las culturas*. Barcelona: Gedisa.
- Gómez-Cruz, E. (2012) *De la cultura Kodak a la imagen en red*. Editorial UOC.
- Grillo, O. J. (2013). *Aproximación etnográfica al activismo mapuche: a partir de internet y tres viajes de trabajo de campo*. IDES, Centro de Antropología Social.
- Hewson, C. Yule, P. et alt. (2003) *Internet Research Methods, a practical guide for social and behavioural sciences*, Thousand Oaks: Sage Publications.
- Hine, Ch. (2003) *Etnografía Virtual*. Barcelona, UOC.
- Hine, Ch. (2004) *Etnografía Virtual*. Barcelona: Colección Nuevas Tecnologías y Sociedad, Editorial UOC.
- Johnson, S. (1997) *Interface culture*. New York: Basic Books.
- Kelty, C. M. (2008). *Two bits: The cultural significance of free software*. Duke University Press.
- Kozinets, R. (2019). Netnography: The essential guide to qualitative social media research. *Netnography*, 1-472.
- Lasén, A. (2014) *Mediaciones tecnológicas: cuerpos, afectos y subjetividades*. Centro de Investigaciones Sociológicas y Editorial Complutense.
- Mann, Ch. Stewart, F. (2000) *Internet Communication and Qualitative Research, a Handbook for researchin online*. Thousand Oaks: Sage Publications.
- Mayans, J. (2009) *Género chat. O cómo la etnografía puso un pie en el ciberespacio*. Barcelona: Gedisa.
- Moya, M. y Vázquez, J. (2010) De la cultura a la cibercultura: la mediatización tecnológica en la construcción de conocimiento y en las nuevas formas de sociabilidad. *Cuadernos de Antropología Social*, 31, 75-96.
- Nakamura, Lisa (2002) *Cybertypes: Race, ethnicity, and identity on the Internet*. New York: Routledge.
- Pink, S., E. Ardevol & D. Lanzeni (2016) Digital Materiality: configuring a field of anthropology/design? en S. Pink, E. Ardevol and D. Lanzeni (eds) *Digital Materialities: anthropology and design*. Oxford: Bloomsbury.
- Postill, J. (2018). *The rise of nerd politics. Digital activism and political change*. Pluto Press, London.

- Proulx, S. (2000). La construction sociale des objets informationnels: matériaux pour une ethnographie des usages. In *Colloque Comprendre les usages d'Internet* (Vol. 6).
- Ramos-Mancilla, O. (2020). El agregado digital en las juventudes indígenas: entre desigualdades y representaciones locales. *Perspectivas em Ciência da Informação*, 25, 263-281.
- Rodríguez Cano, C.A. (2018) Los usuarios en su laberinto: burbujas de filtros, cámaras de ecos y mediación algorítmica en la opinión pública en línea. *Virtualis. Revista de Cultura Digital*, 8(16), 57-76.
- Rogers, R. (2023). *Métodos digitales*. ITESO.
- Rybas, N., & Gajjala, R. (2007). Developing cyberethnographic research methods for understanding digitally mediated identities. In *Forum: Qualitative Social Research* (Vol. 8, No. 3).
- Sanchez Criado, T. S., & Estalella, A. (Eds.). (2023). *An Ethnographic Inventory: Field Devices for Anthropological Inquiry*. Taylor & Francis.
- Taylor, T. L., Boellstorff, T., Nardi, B., & Pearce, C. (2013). *Ethnography and virtual worlds: A handbook of method*. Princeton university press.
- Van Dijck, J. (2016). *La cultura de la conectividad. Una historia crítica de las redes sociales*. Buenos Aires: Siglo XXI Editores.
- Vidal, V. A., & Grippo, L. (2021). Investigar representaciones sociales sobre Salud Mental en tiempos de pandemia: el uso de grupos focales on line. *Encuentro de Investigadores en Psicología del MERCOSUR*. Universidad de Buenos Aires.
- Winocur, R., & Vilela, R. S. (2016). *Familias pobres y computadoras: claroscuros de la apropiación digital*. Montevideo: Planeta.

# **Reflexiones en torno a la transformación digital y la investigación social: un debate necesario en América Latina**

Reflections on digital transformation and social research: a necessary discussion in Latin America.

**María Eugenia Rausky**

[eugeniarausky@gmail.com](mailto:eugeniarausky@gmail.com)

**Javier A. Santos**

[jsantos@fahce.unlp.edu.ar](mailto:jsantos@fahce.unlp.edu.ar)

## **Resumen**

A partir de reconocer que las transformaciones digitales han atravesado las prácticas de investigación, con base en un trabajo de revisión bibliográfica, el escrito ofrece un panorama sobre algunos de los aspectos clave alrededor de la dimensión metodológica implicada en la sociología digital y la antropología digital. Para ello, se recuperan algunos ejes ordenadores problematizados en el contexto de los abordajes cuantitativos -producción de datos amplios/grandes- y cualitativos/etnográficos -producción de datos densos. Esta revisión procura aportar a la sistematización de algunas de las discusiones salientes que se están produciendo y así contribuir con quienes se introducen en el tema.

## **Palabras clave:**

Transformación digital; Investigación social; Big Data; Etnografía digital

## **Introducción**

A partir de un trabajo de revisión de literatura, en este escrito reconstruimos un conjunto de discusiones metodológicas producidas en las ciencias



sociales, con hincapié en la antropología y la sociología, a raíz de la transformación digital y sus impactos en los modos de concebir y proyectar la investigación social empírica.

Esta inquietud –motorizada a inicios del año 2020 como consecuencia de la irrupción de la pandemia por Covid-19–, se originó tanto por nuestra práctica docente en el área de metodología de la investigación social en cursos de grado y posgrado, como así también por nuestras actividades de investigación centradas en aproximaciones empíricas al estudio de la pobreza. En ambos casos, el material metodológico con el que tradicionalmente dialogábamos para preparar nuestras clases como así también para discutir aproximaciones al campo tales como manuales, libros, artículos sobre metodología, métodos y técnicas –muchos de ellos de autores emblemáticos– presentaba un insuficiente e incluso fragmentario tratamiento sobre ello. Fue esta situación la que nos llevó a revisar y analizar bibliografía que discutiese metodologías, métodos y técnicas mediadas por lo digital. En este ejercicio de reconstrucción quedaron en evidencia al menos dos cuestiones a destacar. En primer lugar, que desde mediados de los años '90, con la expansión de internet –aunque lo digital no se restringe a ello– la discusión comenzó a tener una presencia notoria en la agenda de las ciencias sociales y a ocupar un espacio cada vez más relevante, aunque en circuitos restringidos y afines al tema. En segundo lugar, que dicha discusión se promovió y cobró fuerza en América del Norte, Europa y Oceanía, pero en América Latina ocupó comparativamente un lugar marginal. En efecto, si bien el estudio de la relación entre las tecnologías digitales y la sociedad ha avanzado, no ha crecido necesariamente tanto como los índices de acceso y uso de estas tecnologías. América Latina es una de las regiones más infrarrepresentadas por los trabajos académicos sobre culturas digitales (Gómez-Cruz y Siles, 2020).

Uno de los primeros trabajos que con motivo de la pandemia puso a disposición una sistematización del conjunto de recursos digitales para poder desarrollar investigación fue el de Lupton (2020) titulado “Doing fieldwork in pandemic”. Allí se dan a conocer una serie de recursos metodológicos y bibliografía de referencia que permitió a los investigadores reconocer múltiples vías para hacer trabajo de campo prescindiendo del contacto presencial cara a cara<sup>2</sup>. Otra voz que circuló rápidamente en Argentina fue la del reco-

---

<sup>2</sup> Asimismo, Lupton inició una serie de seminarios breves en la plataforma YouTube llamada “Breaking-Methods”, término utilizado para referirse al uso de métodos nuevos y creativos aplicados a investi-

nocido antropólogo Miller, quien en un breve video de YouTube explicaba cómo hacer trabajo de campo etnográfico durante el período de *lockdown*. Miller y Lupton, como tanto otros expertos que ya contaban con un largo recorrido en la investigación social digital, encontraron en la pandemia un contexto oportuno para impulsar discusiones alrededor de las ciencias sociales y lo digital, buscando dialogar rápidamente con todos aquellos que desconocían, tenían un conocimiento fragmentario sobre dichos recursos, o bien se mostraban escépticos y no les conferían legitimidad. Asimismo, no todos los esfuerzos se produjeron en contextos geográficos distantes, sino que por ejemplo en México en 2020, el Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social (CIESAS) promovió el ciclo de conferencias “La antropología en confinamiento. Alternativas etnográficas y trabajo de campo durante la pandemia”. Por otro lado, la Red Latinoamericana de Antropología Digital promovió dos Encuentros, en 2021 y 2022, destinados a discutir la relación entre antropología y tecnologías digitales.

Pero ¿qué es lo digital? En un nivel muy básico se define como el conjunto de las nuevas tecnologías que en última instancia se reducen a un código binario, y que han hecho que muchos artefactos culturales sean más fáciles y rápidos de reproducir y compartir (Miller, 2018). Sin embargo, señala Markham (2020), se trata de algo mucho más complejo que eso para lo que no existen definiciones estandarizadas. Incluso, el sentido de lo digital y el modo en que se estudió fue variando en el tiempo<sup>3</sup>. Una cuestión importante es diferenciar entre las investigaciones que son digitales por necesidad, por ejemplo, por la distancia física entre el investigador y los participantes; la investigación que usa herramientas nativas digitales para estudiar fenómenos y la investigación focalizada en la cultura digital, o sea en el estudio de las personas, las sociedades y sus relaciones sociotécnicas. Así, la investigación digital no se define por una perspectiva, método, herramienta o unidad de análisis concretos, sino por el grado en que lo digital ocupa un lugar central en el fenómeno, el contexto o el objeto de análisis. En consecuencia, el diseño y el enfoque de la investigación pueden ser muy diferentes, pero seguir calificándose de “investigación digital”. Para Markham (2020) la clave es que, para el investigador, hay algo en “lo digital” que tiene una relevancia central. Otros autores, sostienen una posición diferente. Rogers (2013) está

---

gaciones concretas.

<sup>3</sup> Markham (2020) distingue cinco oleadas, desde los '90 hasta mediados-finales de la década de 2010.

interesado en el estudio de la investigación en Internet, más allá de la cultura en línea, a partir de este interés su libro aporta recursos para “desarrollar una perspectiva metodológica y una mentalidad para hacer investigación social con la web” (p. 4).

La incorporación de la cuestión digital a la sociología se produjo a partir de reconocer que los nuevos medios digitales tuvieron un profundo impacto en muchos aspectos de la vida social, las instituciones sociales y las estructuras sociales, incluida la propia sociología (Lupton, 2019). Así, el ‘giro computacional’ de la ciencia cambió –entre otras cosas- el modo de hacer investigación, haciendo que la tecnología computacional se convierta en condición de posibilidad para reflexionar sobre muchas cuestiones que se plantean en las humanidades y ciencias sociales (Berry, 2011). Por ello, quienes abogan por una sociología digital entienden que la transformación digital cambió la sociedad, y, por lo tanto, la forma de observarla, obligándonos a replantear –entre otras cosas- los procesos de investigación, lo cual incluye aspectos ontológicos, epistemológicos, metodológicos y técnicos (Marres, 2017). Sin embargo, este panorama sobre lo digital y las ciencias sociales que fue minuciosamente descrito por numerosos investigadores y que parece difícil obviar o minimizar, no tuvo el suficiente eco en las formas concretas en que enseñamos y hacemos investigación social en Argentina y otros países latinoamericanos. De allí el objetivo de este escrito: reconstruir la cuestión de los métodos en el debate que iniciaron y desarrollaron quienes tematizaron sobre ello, debate que puede ser de suma utilidad tanto a quienes hacemos investigación como a quienes enseñamos métodos de investigación social.

En este ejercicio, entendemos que no es necesario adoptar ni un enfoque *naïve*, acrítico como tampoco una perspectiva pesimista sobre el potencial de las tecnologías digitales y los datos digitales para la sociología. Como oportunamente señaló Marres (2013) el papel de la sociología digital es marcar el camino más allá de las oposiciones entre lo cuantitativo y lo cualitativo, los datos y la teoría, etc., y desarrollar prácticas que funcionen a través de ellas. La digitalización hace posible nuevas formas creativas de imaginar y hacer sociología con implicancias en las relaciones entre investigadores e investigados y entre los objetos, métodos y técnicas de la investigación social en sentido amplio, sugiriendo una serie de retos a las formas canónicas de concebir la investigación social empírica. Para Savage y Burrows (2007) la aparición de “nuevas” formas de producción y disponibilidad de fuentes de

datos definitivamente condiciona y tiene que ayudarnos a reflexionar sobre lo que los autores denominaron la crisis de la sociología empírica. Diez años después de ese diagnóstico, para Gómez Cruz (2017) prácticamente no hay dudas de que, en la última década, las ciencias sociales y las humanidades parecen haber entrado en una fase de reconstitución metodológica en donde son cada vez más las voces que plantean la necesidad de innovar metodológicamente experimentando con métodos más creativos capaces de dar cuenta de los fenómenos emergentes. Si bien aún no hay consenso sobre los métodos sociales digitales, las contribuciones actuales muestran que no son solo otro conjunto de técnicas y herramientas, sino que con ellos hay una re-negociación de la metodología de investigación social (González Gil y Servín Arroyo, 2017).

Si asumimos que las transformaciones digitales están presentes en distintas prácticas de investigación –desde el uso de un procesador de textos pasando por la implementación de una encuesta en línea y una entrevista por video-llamada, entre otras– en lo que sigue, ofrecemos un panorama sobre algunos de los aspectos clave discutidos alrededor de la dimensión metodológica implicada en la sociología y la antropología digital. Recuperamos algunos ejes ordenadores problematizados en el contexto de los abordajes cuantitativos –producción de datos amplios/grandes– y cualitativos/etnográficos –producción de datos densos–, para así aportar a quienes se introducen en el tema.

## **Lo digital en los abordajes cuantitativos**

La práctica de investigación cuantitativa en ciencias sociales ha experimentado múltiples cambios producto de la transformación digital. Cambios que se relacionan tanto con el acceso a dispositivos, sistemas y recursos vinculados a la interacción entre quienes investigan, los participantes del estudio o con los destinatarios de sus resultados, hasta las nuevas modalidades de recopilación/producción, almacenamiento y análisis de datos que han venido marcando el ritmo de desarrollo de esta perspectiva en los últimos años<sup>4</sup>.

Más allá del campo académico, la transformación digital produjo cambios en las prácticas sociales y en las imbricaciones de la sociabilidad mediada

---

<sup>4</sup> Pensamos en los repositorios y redes sociales académicas digitales, los dispositivos para la comunicación como las plataformas o aplicaciones que habilitan la realización de reuniones virtuales, las encuestas online, etc.

por la tecnologías e internet. Como resultado de ello, habilitó la producción y registro de flujos masivos y constantes de información digital basada principalmente en los gustos, intereses e interacciones de las personas<sup>5</sup>. Esta masividad de datos –y su disponibilidad relativa–, despertó un interés extendido en múltiples campos y actores atraídos por su potencial utilidad. Tal interés motorizó, incluso, la emergencia de nuevos campos disciplinarios: ciencia de datos, ciencias sociales computacionales, sociología digital<sup>6</sup>, y a una disputa entre informáticos, economistas, matemáticos, politólogos, sociólogos y otros por el acceso, procesamiento y análisis de esos datos producidos por y sobre las personas, las cosas y sus interacciones (Boyd y Crawford, 2012)<sup>7</sup>.

En este marco, los rastros digitales vinculados a nuestras practicas e interacciones sociales, son registradas, cuantificadas y analizadas desde el denominado *Big Data*. Este término se expande en 2008, asociado con el uso de tecnología de avanzada para la gestión y análisis de información proveniente de bases de datos con altísimo volumen, fuerte dinámica de producción y variedad, y de difícil almacenamiento -y/o procesamiento- con métodos tradicionales.

Según Boyd y Crawford (2012), el *Big Data* se arroga un aura de verdad, objetividad y precisión apoyado en la creencia de que el análisis de los grandes conjuntos de datos ofrece una forma revolucionaria y superior de conocimiento objetivo producto del tipo de datos utilizados (provenientes de registros digitales que capturan huellas, movimientos, opiniones y prácticas culturales de manera directa sobre hechos y situaciones) así como el uso de complejas técnicas analíticas como el aprendizaje automatizado o la minería de datos para la búsqueda de patrones explicativos de los fenómenos sociales.

---

<sup>5</sup> La masividad de la generación y registro de datos de las interacciones sociales tiene relación directa con la digitalización y la expansión del uso de teléfonos celulares, el uso de redes sociales, a las transacciones informáticas de los sectores público y privado, entre otras (Ballivian, 2016).

<sup>6</sup> La sociología digital que, en sus propias palabras, «provee medios para investigar, analizar y comprender el impacto, el desarrollo y el uso de las tecnologías digitales», así como «su incorporación a los mundos sociales, las instituciones y los conceptos de identidad y corporeidad» (Lupton, D.; Fuentes, A.; Garcia Mingo, E., 2023).

<sup>7</sup> A estos datos se les confiere valor económico y político, y por ello, se encuentran siendo hoy parte de las agendas de gobiernos y de empresas interesados en su exploración y análisis. Por caso, en la mercadotecnia los datos provenientes de las redes sociales son utilizados para entender las prácticas de consumo, ultrasegmentar perfiles y diseñar estrategias de posicionamiento publicitario específicas. En este sentido, las redes sociales constituyen un complejo entramado tecnológico, económico y político que habilita a transformar la narrativa personal, los gustos y los estados de ánimo en datos para reproducir la lógica capitalista de consumo (Meneses Rocha, 2018).

El abordaje de la metrización de la vida social que produce el *Big Data*, con sus lógicas y recursos técnicos para la exploración de patrones sociales, se produce a tal escala que presiona a una redescipción fundamental del horizonte de lo que necesita ser explicado y entendido por las ciencias sociales. En este sentido, desafía la autoridad predominante de los cientistas sociales para definir la naturaleza del conocimiento social, sus alcances y perspectivas.

Frente a esto, múltiples voces se alzaron planteando la necesidad de reforzar la reflexión sobre los fundamentos del conocimiento (nivel epistemológico), los procesos de investigación (métodos), cómo debemos relacionarnos con la información y la naturaleza (ontológica) y la codificación de la realidad frente a la propuesta del *Big Data* (Estatella y Ardevol, 2011). En efecto, es necesario que el campo científico social ilumine de manera realista acerca de las implicancias y consecuencias de los supuestos, valores y sesgos de esta forma neo-ortodoxa que trae consigo el *Big Data* y su modo de gestión y análisis de los datos digitales. Esto resulta vital antes de que se concreten en nuevas ortodoxias, capaces de reinscribir divisiones establecidas en los debates de larga data sobre el método científico y la legitimidad de las ciencias sociales y la investigación social.

En efecto, el *Big Data* obliga a una reflexión más amplia que, sin negar el aporte que pueden hacer al entendimiento de los fenómenos sociales, se obligue a explicitar y entender las condiciones en que los datos son generados, almacenados, capturados y analizados. Se debe enfatizar que no se puede recuperar, captar y analizar la totalidad de la experiencia de la vida cotidiana ni que, por más que apele a procesos objetivos, sus decisiones y procedimientos siguen estando mediadas por la visión de quien indaga y los datos resultantes son una construcción que no existe fuera de las ideas, de los instrumentos, las prácticas y el contexto que enmarca su creación e interpretación<sup>8</sup>.

En esta línea, Halford y Savage (2017), plantean que las nuevas formas de hacer sociología habilitadas por la digitalización no se reducen a los análisis de datos provenientes de grandes bases de datos que terminan en afirmaciones

---

8 Por caso, la abundancia de datos no siempre implica estar frente a mejores datos. En efecto, lo que hace que estos sean mejores -o válidos- deviene se forma de producción y análisis rigurosa y sistemática. Quiénes investigan con encuestas utilizan, por ejemplo, los recursos del muestreo, analizan el sesgo de las preguntas, evalúan la significación estadística, etc. El hecho de que Big Data utilice grandes cantidades de datos no lo elude de las cuestiones metodológicas asociadas a la rigurosidad de producción y análisis (como comprender la capacidad de inferencia/representatividad de la muestra/datos).-

computacionales y estadísticas sobre “lo social”, basados en correlaciones y tendencias sin mayor peso teórico. En cambio, entienden y propugnan por la intervención de la sociología en ese mundo para asegurarnos tener una voz en este terreno nuevo. La idea es que este campo no sea apropiado solo por analistas que trabajaban por fuera de la academia y de las ciencias sociales, de allí la invocación a una “ciencia social sinfónica”. Esta tiene como finalidad recuperar las claves de la estrategia del *Big Data*, pero a través de un ensamblaje pragmático crítico de datos, que implica una nueva forma de abordaje que reconfigure la relación entre los datos, el método y la teoría.

Hasta ahora, el fenómeno del *Big Data* viene representado por una combinación bastante restringida de recursos –e intereses– asociados con: a) fuentes de datos principalmente proveniente de interacciones transaccionales del mundo comercial; b) técnicas de análisis como la minería de datos; c) experiencias disciplinarias (matemáticas e informática). Para los autores, el enfoque sinfónico sugiere una ruta diferente, una forma centrada en preguntas sociales profundas que pueden responderse a partir de la gestión de múltiples flujos de datos, incluidos, las formas de datos digitales transaccionales. En este sentido, la investigación social cuantitativa no debiera reducirse al campo del *Big Data*, sino abrirse a la creatividad y articulación más amplia de todos los recursos disponibles (base de datos, encuestas en línea), de manera flexible, crítica y articulada a la comprensión de las principales cuestiones sociales.

### **Lo digital en los abordajes cualitativos y etnográficos**

En oposición a la investigación cuantitativa, la investigación social cualitativa ha estado en las últimas décadas mucho menos inclinada a incorporar los nuevos desarrollos tecnológicos en sus prácticas de investigación o lo ha hecho de manera más lenta (Beaulieu, y Wouters, 2006; Hookway, 2008).

Pese a las dificultades señaladas, en los últimos años numerosos investigadores llamaron la atención sobre la necesidad de incorporar la cuestión digital a la investigación cualitativa y etnográfica. Por ejemplo, Miller (2018) argumenta que el propio término “antropología digital” refiere a las consecuencias del auge de las tecnologías digitales para determinadas poblaciones, el uso de estas tecnologías dentro de la metodología antropológica o el estudio de tecnologías digitales concretas. Incluso, también plantea cuestiones más amplias sobre la naturaleza de la antropología contemporánea y

la forma en que como disciplina debe incorporar como objeto de estudio a mundos que no tenían precedentes.

De acuerdo con lo señalado, la irrupción de las tecnologías digitales en la vida cotidiana de los sujetos que estudiamos supuso tanto la aparición de nuevos objetos de estudio –el análisis del desarrollo de diversas actividades a través de internet, del uso de dispositivos móviles y su impacto en la configuración de relaciones sociales–, como la utilización de estas tecnologías en la propia práctica científica. Esta doble dimensión de las tecnologías digitales encontró un caso especialmente representativo en Internet. La interacción mediada por computadora y la aparición de comunidades virtuales constituyeron el primer objeto de estudio etnográfico, en el cual el medio de realizar la etnografía y su objeto de estudio eran coincidentes (Ardévol, Estalella y Dominguez, 2008).

En este contexto, la etnografía -principal instrumento de conocimiento antropológico- comenzó a ser concebida y proyectada de otro modo. Siguiendo a Hine (2004) la triple crisis de la etnografía reseñada por Denzin en los años '90, puede ser pensada como una oportunidad para las aproximaciones etnográficas a Internet. Esta se define como

“una aproximación desde un tipo de interacción sin precedentes y desde un nuevo objeto de estudio (sin parangón dentro de la etnografía tradicional). Tomaremos la etnografía como una práctica textual y una destreza adquirida y como una experiencia artesanal que pone en entredicho los fundamentos tradicionales basados en la presencia prolongada del investigador en un espacio físico determinado” (Hine, 2004, p. 57).

Los estudios sobre Internet, las nuevas tecnologías digitales y el método etnográfico dieron lugar a distintas versiones de esa imbricación. Las cibernetografías, que tuvieron fuerza en la década del '90 y que se centraron en las comunidades virtuales y en una aproximación a internet como cultura específica. Las etnografías de Internet, a partir del año 2000, que pretendían describir cómo Internet y las tecnologías de la información y comunicación se integraban y configuraban la vida cotidiana. Los sitios de campo pasaron de ser “etnografías en pantalla” a un trabajo etnográfico que contemplaba los mundos en línea y fuera de línea. Las etnografías digitales, a partir del 2005, producto de la evolución de una “etnografía virtual”, llevada a cabo únicamente en la pantalla, a una etnografía más compleja, multisituada, multinivel y multiplataforma (Gómez Cruz y Ardévol, 2013).



Para Pink et al (2019) la etnografía digital cumple un papel clave en el cuestionamiento de las “viejas” ideas acerca de la etnografía al considerar que no solo se trata de traducir los conceptos y métodos tradicionales a entornos de investigación digitales, sino que su práctica tiene otras implicancias que deben problematizarse. Los autores enuncian cinco principios fundamentales para la práctica de la etnografía digital: la multiplicidad, el no-digital-centrismo, la apertura, la reflexividad y la heterodoxia.

La multiplicidad alude a que el estudio etnográfico digital reconoce distintas maneras de hacer trabajo de campo, incluso en su despliegue no requiere utilizar de forma exclusiva métodos digitales.

El no-digital-centrismo asume que para entender de qué modo los medios digitales forman parte de los mundos cotidianos de las personas, se debe comprender también otros aspectos de sus mundos y sus vidas. Al mismo tiempo, se cree que el proyecto de etnografía digital no debe estar precedido de la idea de que es necesario utilizar métodos digitales.

La apertura remite a la idea de proceso colaborativo. Se trata de algo procesual, e incluso abierto a otras influencias, por ejemplo, las artes y también a las necesidades de otras disciplinas y de interesados externos con quienes la etnografía pueda colaborar.

La reflexividad no es distinta de la que tendría lugar en cualquier otro contexto etnográfico. Sin embargo, sí hay un elemento distintivo en el modo en que el etnógrafo digital se encuentra con el mundo y teoriza sobre él en tanto entorno digital, material y sensorial. Las relaciones con lo digital son fundamentales para las formas específicas de saber y de ser que aparecen en el transcurso de la investigación.

Por último, la heterodoxia remite a pensar formas alternativas de difusión que trascienden la producción escrita convencional por medio de la cual se difunden resultados. En el libro, Pink et al (2019) se muestran distintos ejemplos, por caso, webs con filmaciones, blogs, foros en YouTube, entre otros. Lo interesante en esta caracterización es que al introducir una versión más abierta de la etnografía se pueden identificar aquellas diferencias que introduce lo digital en la práctica etnográfica y con ello contemplar la etnografía digital en su propia evolución (Hine, 2004). A continuación, nos detendremos sobre algunas de estas diferencias. Nos interesan porque predicen sobre la necesidad de revisar los principios metodológicos derivados de un proceso de cambio que expone a la investigación cualitativa y a la etnografía a nuevas posibili-

dades de producción y análisis de la información, al tiempo que la enfrenta a ciertos problemas metodológicos que al desplazarse a internet necesariamente requieren revisiones (Domínguez, et al., 2007).

### **La mediación**

En la etnografía digital se establece un contacto con los participantes que ya no es directo sino “mediado” (Pink et al., 2019). Hablar de mediación significa

“señalar las transformaciones que se producen cuando objetos e individuos entran en relación (Latour, 1994; Callon, 1986) (...) La tecnología media en la relación de nuestros informantes con el mundo, y el conocimiento sobre el mundo que un antropólogo genera está también mediado por la tecnología que utiliza en su práctica etnográfica” (Ardevol, Estalella y Dominguez, 2008, pp. 2-3).

Por eso, las posibilidades de las interacciones mediadas permiten repensar el papel de la presencia física como fundamento de la etnografía y evaluar qué aspectos de la interacción cara a cara hacen convincente al análisis etnográfico tradicional, así como explorar las potencialidades que hay en reconceptualizar la noción de “autenticidad” en este tipo de estudios. Las interacciones mediadas requieren comprenderse en los términos en que ocurren y no desde perspectivas externas (Hine, 2004). Cuando el etnógrafo articula una parte sustancial de su experiencia en el campo a través de tecnologías, la reflexión sobre la propia experiencia con esas tecnologías es necesaria (Estalella y Ardevol, 2010).

### **El Campo**

En la etnografía tradicional, la noción de campo se equiparó a la de espacio físico, a la instancia empírica de la investigación. El traslado del investigador al lugar de trabajo se transformó en un prerrequisito para el trabajo etnográfico. Sin embargo, señala Hine (2004) no resulta claro qué es lo que lo ha vuelto tan determinante.

La etnografía contemporánea reclama prestar atención al movimiento, el flujo y el proceso, así como un esfuerzo intencionado por alejarse de pensar en el campo como un objeto, un lugar o un todo. De este modo, requiere adaptarse con flexibilidad a lo que significa vivir en ecosistemas tanto infor-

macionales como físicos (Markham, 2016). Para quienes hacen etnografía en Internet el campo -visitar sitios en la Red- tiene como primer propósito vivir la experiencia de los usuarios. en el desplazamiento experiencial más que en el físico (Hine, 2000). Se recupera la idea de un campo no situado, separado de las nociones de espacio y lugar y se destaca la centralidad de la experiencia (Hine, 2020).

## **Ética**

Como parte del trabajo etnográfico, la tarea del investigador consiste en responder a aquello que es sensible en el contexto de estudio, no como algo adicional sino como parte de la propia labor. Para eso se necesita desarrollar una sensibilidad etnográfica, capaz de identificar los problemas éticos potenciales y pensar las soluciones adecuadas (Hine, 2004). Algunos de los principios éticos invocados son el consentimiento informado, el anonimato y la protección de los datos. Sin embargo, en contextos de investigaciones digitales, su articulación se complejiza (Snee, 2013). Preguntas como: ¿qué significa mantener el anonimato de personas que se comunican usando nombres de usuario en un chat de acceso público?, ¿qué interacciones son públicas en internet y no necesitan consentimiento?, ¿aquellas que son simplemente de “acceso público”?, un foro con clave de acceso ¿es público? La distinción público y privado se constituye en una categoría vertebradora de las decisiones éticas (Estatella y Ardévol, 2007), que los investigadores deben ir resolviendo conforme el modo de pensarse y anclarse en cada contexto y cada situación que enfrentan.

Para dar cierre al escrito, como sociólogos interesados en los métodos de investigación social -entendidos como pilares en los procesos de producción de conocimiento-, advertimos que en los contextos en que desarrollamos nuestra labor hay aún desconocimiento e incluso desconfianza frente a las aproximaciones metodológicas que aquí revisamos. El punto crítico es que esto puede obturar las formas de hacer y enseñar investigación social, al menos si lo comparamos con lo sucedido en otros contextos internacionales. Por eso, entendemos que hace falta un acercamiento entre culturas académicas que trabajen con aproximaciones metodológicas digitales. Tal acercamiento, como argumenta Sued (2019), requiere de una aceptación del uso de métodos digitales y de una mayor colaboración de los investigadores del sur con los del norte, colaboración que debe respetar las culturas académicas lati-

noamericanas. Frente a este panorama, nuestra intención -por cierto, modesta- fue dar a conocer algunas de las discusiones metodológicas implicadas y poder así contribuir a instalar la necesidad de conocer, enseñar y -en caso de que los objetos de conocimiento lo requieran- aplicar estos repertorios. La riqueza implicada en las discusiones metodológicas que se han abierto, debería traspasar los ámbitos específicos en que se difunden y discuten, para poder incorporarse críticamente en circuitos que las exceden.

## **Bibliografía**

- Ardévol, E., Estalella, A., y Dominguez, D. (2008). Introducción: la mediación tecnológica en la práctica etnográfica. En E. Ardévol, A. Estalella, D. Dominguez. (Comps.), *La mediación tecnológica en la práctica etnográfica*. (pp. 9-29). País Vasco: ANKULEGI antropologia el Kartaia.
- Ballivian, A. (2016). "El uso de Big Data para estadísticas oficiales y los Objetivos de Desarrollo Sostenible". Ponencia presentada en el Seminario La Revolución del Big Data en Estudios Sociales, El Colegio de México, México.
- Beaulieu, A. & Wouters, P. (2006). Imagining e-science beyond computation. In *New infrastructures for knowledge production: Understanding e-science* (pp. 48-70). IGI Global.
- Berry, D. (2011). The computational turn: thinking about the digital humanities. *Culture Machine*, 12. Recuperado de: <http://sro.sussex.ac.uk/id/eprint/49813/>
- Boyd, D. y Crawford, K. (2012). Critical Questions for Big Data: Provocations for a Cultural, Technological and Scholarly Phenomenon. *Information, Communication & Society*, 15 (5), 662-679.
- Estalella, A. y Ardévol, E. (2007). Ética de campo: hacia una ética situada para la investigación etnográfica de internet. *Forum Qualitative Social Research*. 8(3). 1-26. doi: <https://doi.org/10.17169/fqs-8.3.277>
- Estalella, A., & Ardévol, E. (2010). Internet: instrumento de investigación y campo de estudio para la antropología visual. *Revista chilena de antropología visual*, 15(1), 21.
- Estalella A. y Ardévol E. (2011). e-research: desafíos y oportunidades para las ciencias. *Convergencia, Revista de Ciencias Sociales*, 55, 87-111.
- Gómez Cruz, E. y Ardévol, E. (2013). Ethnography and the field in media(ted) studies: A practice theory approach. En A. Medrado (Ed.), *Westminster Papers in Communication and Culture*, 9(2), 27-46.

- Gómez Cruz, E. (2017). Etnografía celular: una propuesta emergente de etnografía digital. *Virtualis*, 8 (16), 77-98.
- Gómez-Cruz, E., & Siles, I. (2020). Digital cultures. En W. Raussert, G. L. Anatol, S. Thies, S. Corona & J. C. Lozano (Eds.), *The Routledge handbook to the cultures and media of the Americas* (pp.319-329). Londres: Routledge.
- González Gil, L., y Servín Arroyo, J. (2017). Métodos cualitativos digitales: un acercamiento a la antropología digital y otras posturas de investigación. *Virtualis*, 8(15), 61-80.
- Halford, S. y Savage, M. (2017). Speaking sociologically with Big Data: symphonic social science and the future for big data research. *Sociology*, 51(6), 1132-1148.
- Hine, C. (2004). *Etnografía virtual*. Barcelona: OUC.
- Hine, C. M. (2000). Virtual ethnography. *Virtual ethnography*, 1-192.
- Hine, C. (2020). A internet 3E: uma internet incorporada, corporificada e cotidiana. *Cadernos De Campo*. 29(2), e181370. doi: <https://doi.org/10.11606/issn.2316-9133.v29i2pe181370>
- Hookway, N. (2008) 'Entering the blogosphere': some strategies for using blogs in social research.. *Qualitative Research* 8: 91-113.
- Lupton, D. (2019). Digital Sociology. En J. Germov y M. Poole (Eds.) *Public Sociology: An Introduction to Australian Society* (pp. 475-492). Sydney: Allen & Unwin.
- Lupton, D. (editor) (2020) Doing fieldwork in a pandemic (crowd-sourced document). Recuperado de: <https://docs.google.com/document/d/1cIGj-GABB2h2qbduTgfrqbHmog9B6PONvMgVuiHZCl8/edit?ts=5e88ae0a#>
- Lupton, D.; Fuentes, A.; Garcia Mingo, E. (2023). Presente y futuro de la sociología digital: Entrevista a Deborah Lupton. *Teknokultura*, 1-8. doi: <https://doi.org/10.5209/tekn.87181>
- Markham, A. (2016). Ethnography in the Digital Internet Era. From fields to flows, descriptions to interventions. En N. Denzin N. e Y. Lincoln *SAGE Handbook of Qualitative Research*. (pp. 650-668). Thousand Oaks, CA: SAGE.
- Markham, A. (2020). Doing ethnographic research in the digital age. En P. Leavy (Ed) *The Field of Qualitative Research*. Oxford: Oxford University Press. doi: <https://doi.org/10.31235/osf.io/hqm4g>
- Marres, N. (2013). What is Digital Sociology? CISP Online. Blog of the Centre for Invention & Social Process, Goldsmiths. Disponible en: <http://www.csisponline.net/2013/01/21/what-is-digital-sociology/>

- Marres, N. (2017). *Digital sociology: the reinvention of social research*. Londres: Wiley.
- Meneses Rocha, M.E. (2018). Grandes datos, grandes desafíos para las ciencias sociales. *Revista mexicana de sociología*, 80(2), 415-444.
- Miller, D. (2018). *Digital Anthropology*. En S. Stein, M. Lazar, H. Candea, J. Diemberger, A. Robbins, R. Sanchez & R. Stasch (Eds.). *The Cambridge Encyclopedia of Anthropology*. doi: <http://doi.org/10.29164/18digital>
- Miller, D. (2020). Cómo hacer etnografía durante el aislamiento. Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=NSiTrYB-Oso&t=161s>.
- Pink, S., Horst, H., Postill J., Hjorth, L., Lewis, T., Tacchi, J. (2019). *Etnografía digital. Principios y práctica*. Madrid: Ediciones Morata.
- Savage, M. y Burrows, R. (2007). The coming crisis of empirical sociology. *Sociology*. 41(5) 885-899.
- Rogers, D. (2013). *Digital Methods*. Cambridge-Londres: MIT Press.
- Snee, H. (2013). Making Ethical Decisions in an Online context: Reflections on using blogs to explore narratives of experience. *Methodological Innovations*, 8 (2), 52-67.
- Sued, G. (2019). Para una traducción de los métodos digitales a los estudios latinoamericanos de la comunicación. *Virtualis*, 10(19), 20-41. doi: <https://doi.org/10.2123/virtualis.v10i19.295>

# Memoria reflexiva de un proceso de investigación: la cuestión digital interpelada<sup>9</sup>

Reflexive memory of a research process:  
challenged the digital issue

**Paula Cuestas**

[paula.cuestas90@gmail.com](mailto:paula.cuestas90@gmail.com)

## Resumen

Este artículo recorre el proceso de elaboración de una tesis doctoral cuyo objetivo fue analizar los vínculos que establecen las juventudes con lo literario a partir de la apropiación de tecnologías digitales. El texto se centra en las decisiones metodológicas adoptadas y en los modos en que la pregunta por lo digital fue cobrando forma a lo largo de la investigación. En primer lugar, se retoman los antecedentes del trabajo doctoral y los primeros pasos en la formación académica de la autora cuando la pregunta por lo digital era aún incipiente, en concordancia con lo que veía en el trabajo empírico. Más adelante, se retoma el giro que tuvo lugar en esta investigación a partir de un desplazamiento en el objeto de estudio (desde la pregunta por el fanatismo por una saga hacia la idea del vínculo con lo literario, en un sentido más amplio) y de un creciente interés social y académico por la digitalización. Finalmente, se plantean los desafíos que la irrupción de la pandemia trajo aparejados en la última fase del trabajo doctoral y los retos que se abren a futuro para el estudio de lo digital. Así, se describe el pasaje desde la idea de etnografía virtual, pasando por una propuesta multisituada, hasta el despliegue de una etnografía pragmática que permitió ilustrar la red de asociaciones heterogéneas en que se entraman los vínculos con lo literario.

---

<sup>9</sup>Agradezco la generosa y atenta lectura de Rodolfo Iuliano a una versión preliminar de este artículo. Sus comentarios han contribuido significativamente a mejorar estas páginas. También quiero agradecer a Belén Castrillo por la calidez y la claridad de sus sugerencias en el borrador final.

## **Palabras claves:**

Etnografía; Juventudes; Lectura; Lo digital; Pandemia

## **A modo de introducción**

Los avances tecnológicos y los procesos de digitalización tienen un lugar cada vez más gravitante en las formas de socialización y sociabilidad contemporáneas. Las personas y, en particular, las/os jóvenes nos comunicamos a través del intercambio de mensajes por WhatsApp, compartimos videos y fotografías en distintas redes sociales, forjamos amistades y parejas a partir de hacer un uso activo de distintas plataformas. Incluso, trazamos imaginarios y deseos en torno al mundo del trabajo a partir de las apropiaciones y habilitaciones desplegadas en estos mismos entornos digitales. La pandemia por el Covid-19 y el consecuente aislamiento decretado en casi todos los países del mundo que nos llevó a pasar mucho más tiempo dentro de nuestros hogares, aceleró aún más estos procesos. En ese escenario, el desarrollo de una investigación que se presenta como empírica y situada no puede darse al margen de estas transformaciones.

En este artículo se recuperará una experiencia de investigación doctoral atravesada por estos procesos de tecnificación y digitalización. Una tesis cuyo objetivo fue analizar los vínculos que establecen las juventudes con lo literario a partir de la apropiación de tecnologías digitales. El trabajo empírico se centró en dos comunidades lectoras en Argentina: las/os aficionadas/os a la saga Harry Potter (HP) que se nuclea en un club de fans, y quienes conforman la comunidad BBB de bloggers, booktubers y bookstagrammers, personas que comparten experiencias lectoras a través de sus redes sociales. En esta investigación recientemente concluida (Cuestas, 2022) se relevaron experiencias empíricas de lecturas, afición y consumos culturales ligados mayormente a la industria masiva del entretenimiento, en línea con una perspectiva socioantropológica de la lectura (Petit, 2001; Semán, 2006; Papalini, 2021) que se propuso captar las formas sensibles y performáticas que se despliegan en torno a lo literario y atenta al lugar que los objetos, en particular los libros pero también otras tecnologías, tienen en la conformación de estos vínculos, como se explicará más adelante.

Desde el comienzo de esta investigación, en el año 2012, la pregunta por las tecnologías digitales o por lo digital en un sentido amplio, estuvo presente dado que los primeros datos empíricos ya mostraban la centralidad que los



entornos digitales, particularmente los foros de interacción entre lectoras/es de HP, tenían en la conformación de los vínculos con otras/os lectoras/es y fans, y esto se reflejó en la producción de mi tesina de grado (Cuestas, 2014). Sin embargo, a medida que el trabajo empírico continuó desarrollándose y, en especial, a partir del encuentro con la comunidad BBB en el año 2018, las herramientas digitales y los espacios de sociabilidad en red se revelaron cada vez más preponderantes en la conformación del propio vínculo con lo literario. De este modo, el despliegue de una mirada etnográfica en múltiples lugares, en distintas escalas y atenta a diversas/os interlocutoras/es (lo que incluye agentes no humanos) se volvió central para poder describir y presentar las dinámicas de conformación de los vínculos entre jóvenes lectoras/es y lo literario. En ese sentido, la irrupción de un fenómeno extraordinario como lo fue la pandemia, la consecuente suspensión de actividades presenciales y la vertiginosa aceleración de estos mismos procesos de digitalización trajo nuevos desafíos no sólo respecto de cómo llevar un registro en un escenario de obligada virtualidad sino también respecto de los propios supuestos de partida de esta investigación.

Este texto se estructurará a través de un recorrido temporal por los modos en que las inquietudes por lo digital se fueron desplegando en esta investigación, tanto en lo que a las cuestiones metodológicas refiere como en la propia delimitación teórico-conceptual de un objeto que se revela al calor de los procesos de digitalización. La metodología se presenta así como una práctica no escindida de la singularidad y la historicidad del campo empírico, ni tampoco de los enfoques teóricos en que se sustenta.

## **Los comienzos**

Como mencioné, los inicios de esta investigación remiten a un primer trabajo con integrantes de la autodenominada comunidad de *fans* de HP en Argentina. La propuesta estuvo planteada desde un comienzo mediante un acercamiento empírico a quienes conforman dicha comunidad ya que el objetivo era rastrear y describir las experiencias de lectura de estas personas y se asumía que el mejor modo de hacerlo era a través de retomar sus propias voces y prácticas.

Luego de contactarme a través de Facebook con una lectora y fanática de esta saga supe de la existencia de un grupo de jóvenes que se reunía a celebrar a HP en fechas puntuales. A los pocos días de ese acercamiento inicial, sería una de esas ocasiones. Así, en el mes de mayo de 2012, me encontré con

un grupo de personas que no se juntaban (solo) a leer, sino que, a partir de lo que en HP encontraron, hacían cosas: se reunían a discutir ideas presentes en los libros, pero también a practicar Quidditch<sup>10</sup>, a batirse a duelo con varitas, a disputar competencias para ganar una Copa de las Casas<sup>11</sup>, dotando de un carácter lúdico y performático a su lectura. Pero estas personas también hacían cosas o tomaban decisiones más allá del libro, aunque vinculadas con él, como estudiar una carrera o relacionarse con ciertos actores de la industria del entretenimiento para organizar el lanzamiento de libros o películas. Más aún, esa lectura prescribía valores, formas de sentir y de aprehender el mundo que las llevaba a relacionarse con otras personas con intereses comunes.

De ese modo, empecé a realizar un trabajo de relevamiento etnográfico en distintos eventos, en particular en las actividades que llevaba adelante un club: el Círculo de Lectores de HP Argentina, y en otras propuestas más amplias como la Magic Meeting, la convención de aficionadas/os a esta historia más grande del país a la que llegan a asistir hasta cinco mil personas. Esto se acompañó con la realización de entrevistas biográficamente orientadas. Fue a partir de esta herramienta en particular que comencé a notar la centralidad que el uso de los dispositivos tecnológicos y de las redes sociales tenía en la conformación y sostenimiento de esta comunidad (Aller y Cuestas, 2020; Cuestas, 2022). Primero, a través de *fansites* de la saga en los que lectoras/es de todo el mundo coincidían para debatir ideas en torno a lo que pasaría en los siguientes libros. Más adelante, los grupos de la red de mensajería MSN y, luego, Facebook oficialían como un canal de intercambio virtual a la vez que para organizar las reuniones de fans presenciales. Recogí testimonios como los siguientes: “No conocía a más gente que le pasara lo mismo hasta que entré al foro”, “La mayoría de mis amigos de Harry me los dio internet”, “A mi marido lo conocí en foros de *Harry Potter*”, o “Yo entraba a páginas. Había cientos de miles de páginas de HP, de fans. Acá en Argentina también”. Aunque, al mismo tiempo, las/os fans también afirmaban que en estos espacios virtuales:

“el problema era que a mí no me satisfacía en ningún punto porque no recibías una respuesta inmediata. O sea, yo leía el libro, tenía una duda, iba

<sup>10</sup> Principal deporte del universo mágico de HP que en la historia se juega sobre escobas voladoras y que, en su versión no mágica, presenta distintas adaptaciones (Ibarrola, 2019).

<sup>11</sup> La historia de HP se estructura en cuatro casas en las que se divide el colegio de magia y hechicería al que asiste Harry Potter y las/os estudiantes participan de una disputa anual para conseguir la copa para su grupo.

y la publicaba ahí, pero tenía que esperar que me la contesten. Y capaz te la contestaba un mexicano tiempo después. No era lo mismo. Yo quería tratarlo en persona con alguien”.

Sobre la base de esta evidencia empírica, mis primeros planes de trabajo proponían complementar los registros de observaciones en eventos cara-a-cara con una *estrategia etnográfica de lo virtual* a través de un relevamiento en los sitios que las/os aficionadas/os frecuentaban y de las redes sociales que empleaban, tomando como referencia a Hine (2004) y atendiendo así a los contextos de uso de las/os usuarias/os. Pero, de cierto modo, el seguimiento en redes implicaba un relevamiento en la virtualidad que suponía un trabajo accesorio al central que tendría lugar a través de experiencias presenciales, tanto en observaciones en eventos como mediante la realización de entrevistas, ya que eran las/os propias/os *fans* quienes, al tiempo que veían una continuidad en sus prácticas, también marcaban una distinción entre *online* y *offline* y, en general, destacaban la centralidad de esta última. Hasta entonces, en mi investigación, la pregunta por el lugar de las tecnologías digitales en la conformación de la relación de las/os aficionadas/os con la saga HP era más bien subsidiaria y la escasa literatura sobre este *fandom*<sup>12</sup> apenas comenzaba a advertir la relevancia que las experiencias en línea tenían para las/os *fans*<sup>13</sup>.

### **De “lo virtual” a “lo multisituado”**

Como fue dicho, a medida que esta investigación siguió avanzando se produjo un viraje desde una propuesta centrada en el estudio del fanatismo por la saga HP hacia un trabajo en el que la principal inquietud pasó por relevar los vínculos de las/os lectoras/es jóvenes con lo literario (más allá de HP) a partir de la apropiación de tecnologías digitales. El *fandom* de HP comenzaba a cambiar en el año 2016 con la aparición de nuevas películas y libros. De la mano de este resurgimiento, las/os *fans* comenzaron a darse renovadas

---

<sup>12</sup> *Fandom*, contracción de *fanatic kingdom* (del inglés: reino fan), es un término que se utiliza para referir a grupos que se dan estrategias para recrear sus universos de afición tanto en la literatura académica como por las/os propias/os fans que se reconocen como parte de un colectivo (Aller, 2020).

<sup>13</sup> En la tesis de Dandrés y Mutuverría (2008) que recupera la historia de un club de *fans* en La Plata, se dedica el noveno y último capítulo a abordar las experiencias de HP en línea, pero casi como si se tratará de un caso ajeno a lo que ocurre en otras esferas del mismo *fandom*.

propuestas de encuentros para las cuales el uso de sus redes sociales resultaría clave. Pero, más relevante aún, las/os propias/os lectoras/es comenzaban a diversificar sus experiencias. Leían nuevas historias, mayormente de libros que en términos comerciales se agrupan bajo la etiqueta de *young adult*, a la vez que utilizaban nuevos soportes para leer como *e-books* o audiolibros.

Frente a este escenario que se revelaba tanto dentro como fuera del fandom, decidí tomar cierta distancia de HP para indagar otras experiencias. Fue entonces que realicé una serie de entrevistas a niñas y niños que se autodefinían como “muy lectoras/es”. Así llegué a la comunidad de *bloggers*, *booktubers* y *bookstagrammers* y a comprender, paulatinamente, la importancia que estas/os novedosas/os mediadoras/es de lectura tenían en sus seguidoras/es. “La mayoría [de los libros] los encuentro en YouTube, porque hay gente que habla de libros”, decía una de aquellas entrevistadas. El día de ese encuentro me fui con una lista de recomendaciones de *booktubers* a las/os que seguir. Lo que aquellos exploratorios intercambios de comienzos del 2018 me mostraron, en concordancia con la literatura específica sobre el tema (Lluch, 2014, García Canclini et al., 2015; Cruces, 2017; Albarello et al., 2020), es que más allá de la actualización en los soportes de lectura, las redes sociales se volvieron cada vez más centrales como espacios de difusión, intercambio y encuentro para compartir lo que estas/os jóvenes llaman “su amor por la lectura”.

En este período de la investigación dejé de hablar en términos de etnografía virtual para pensar, en lugar de ello, en una propuesta multisituada que resaltara principalmente la continuidad entre lo *offline* y lo *online*, comprometida con la diversidad de experiencias posibles de indagar y con la perspectiva del actor o, en este caso, del lector(a) (Winocur, 2013). Los relevamientos e intercambios a través de las tecnologías digitales dejaron de ocupar un lugar secundario al proponerme indagar los modos en que las juventudes se relacionan o vinculan con lo literario. Es que, de hecho, la propia comunidad BBB se constituye a través del uso que estas personas hacían y aún hacen de estas distintas plataformas para dar a conocer sus lecturas, para reseñar libros, para organizar talleres literarios o para coordinar lecturas colectivas. Esto se inscribía (y se inscribe) en un contexto en el que el acceso a las tecnologías digitales e incluso el interés público por la cuestión digital (Welschinger, 2020) es mucho mayor que a comienzos del milenio, en especial entre las personas jóvenes<sup>14</sup>.

---

<sup>14</sup> La última Encuesta Nacional de Consumos Culturales (2017) muestra que las franjas etarias que van de los 12 a los 17 y de los 18 a los 29 años son las que más horas pasan frente a las pantallas.

Asumir esto no implicó que lo *online* viniera a reemplazar los relevamientos presenciales. Como sostiene Di Próspero (2017) a través de una revisión de la literatura sobre etnografías de lo digital, este giro en mi investigación se corresponde con una mirada presente en una serie de trabajos que:

“En lugar de asumir que lo *online* y lo *offline* eran ámbitos totalmente separados, comenzaron a buscar interrelaciones entre uno y otro, incluso en aquellos estudios en los cuales el objeto es casi íntegramente virtual, como Second Life, este tipo de “vida en la pantalla” tiene sus consecuencias fuera de ella” (p. 50).

De esa forma, además de llevar un registro de las publicaciones en Blog, Youtube e Instagram de las/os jóvenes de esta comunidad y de participar de instancias virtuales de intercambio como transmisiones simultáneas de Youtube o Instagram, comencé a asistir a actividades impulsadas por este colectivo construyendo lo que esta misma autora llama como co-presencia (Di Próspero, 2017). Si hasta entonces, con el foco puesto en la *fandom* de HP, las convenciones y encuentros de fans fueron el epicentro de mi trabajo presencial, el descubrimiento de la comunidad BBB llevó a que el principal escenario para hacer trabajo de campo pasara a estar en la Feria Internacional del Libro de Buenos Aires (FIL). La FIL es el punto de encuentro de librerías/os, editoras/es, escritoras/es y, en tanto es visto como el “espacio oficial y tradicional de legitimación de las editoriales y escritores” (Szpilbarg, 2011), convoca públicos diversos con legitimidades y jerarquizaciones en disputa que conviven en este espacio.

Por esta misma época, al tiempo que declaraba en los proyectos de investigación que mi trabajo era multisituado, este concepto no dejaba de hacerme algún ruido: ¿qué es hablar de multisituado? ¿Significa lo mismo que planteó hace algunas décadas Marcus (1995) y que Abu-Lughod (2006) retomó en su estudio con mujeres egipcias y su encuentro con una serie de televisión? ¿Es posible *seguir la cosa* del mismo modo en que lo planteaban estas/os autoras/es en un mundo donde el alcance de las tecnologías digitales era significativamente menor? Dejo, de momento, estos interrogantes abiertos para retomar más adelante.

### **Cuando la pandemia lo cambió todo**

Hasta entonces si bien las inquietudes por lo digital estaban presentes

y estaba presente incluso esta pregunta respecto del alcance de lo multi-situado, mis preocupaciones sobre esto eran centralmente metodológicas. Aunque como mencioné antes la idea de indagar las lecturas “a partir de la apropiación de las tecnologías digitales” se vislumbraba en el propio título de la tesis, la pregunta por las tecnologías digitales no era constitutiva de mi propio objeto de investigación. Fue la pandemia por el Covid-19 la que reveló lo central que es la virtualidad y la digitalización al vínculo con lo literario, no tanto por los dispositivos en sí sino por las redes de afinidad que se tejen en entornos digitales o, como lo llama Ito (2019), *online affinity network* con impacto en distintas esferas vitales.

En la época en que comenzaron a tomarse medidas para contener el avance del Covid-19, tenía previsto *cerrar* el trabajo de campo para comenzar con la redacción del borrador de mi tesis. En el mes de mayo asistiría una vez más a la FIL y en julio a la Magic Meeting para mis últimos relevamientos. Pero aquellos planes fueron rápidamente dejados de lado por el aislamiento social, preventivo y obligatorio decretado por el gobierno nacional. Mis primeras inquietudes entonces pasaron por una preocupación más bien técnica respecto de cómo llevar un relevamiento desde mi casa. Es que la suspensión de actividades presenciales no implicó un vacío en la agenda de estas/os jóvenes. Las redes sociales de las/os integrantes de la comunidad BBB, así como de las/os jóvenes fans de HP comenzaron a verse plagadas de propuestas para sostener el amor por los libros en tiempos de pandemia. De hecho, la cantidad de actividades (lecturas o relecturas colectivas, talleres de discusión literaria y hasta presentaciones de libros) así como las publicaciones de estas/os lectoras/es pasaron a multiplicarse, tal vez producto del aumento de horas frente a las pantallas con un incremento del 50% del tráfico de internet (Cámara Argentina de Internet, 2020). La red social de origen chino, TikTok, comenzó a cobrar una inusitada preponderancia entre sus usuarias/os y, en pocos meses, se convirtió en la aplicación más descargada a nivel global. La comunidad de lectoras/es no fue ajena a esto y a partir de 2020 muchas/os jóvenes comenzaron a utilizarla para compartir sus lecturas dando lugar a una “nueva B”: Booktok. La propia masividad y el crecimiento vertiginoso de esta red social llevaron a que en muy poco tiempo las/os *booktokers* superaran el alcance de *bloggers*, *booktubers* y *bookstagrammers* llegando a conseguir hasta más de un millón de seguidoras/es en menos de dos años (Cuestas et al., 2022).

En una ponencia escrita por aquellos primeros meses de pandemia (Cuestas, 2020) me hacía preguntas respecto de cómo continuar con mi trabajo etnográfico en ese extraordinario contexto. Respecto incluso del carácter etnográfico de esta investigación y cómo llevar un registro de estas actividades virtuales cuando a partir de la pandemia todas las propuestas pasaron a ser *online*, con nuevos formatos y plataformas. Una preocupación compartida por la comunidad académica internacional por ese tiempo (Miller, 2020). Sin embargo, al mismo tiempo y pasado el clima de asombro inicial, empezaron a tomar forma otras preguntas que tenían que ver con la propia delimitación de mi objeto de investigación. Mis preocupaciones metodológicas comenzaron a entrelazarse con inquietudes relativas a las propias lógicas cotidianas en que se transforma y actualiza el vínculo de los actores foco de mi investigación con lo literario a partir de los modos en que se apropian de las tecnologías digitales en un contexto de obligada virtualidad<sup>15</sup>.

Más allá de que el recorte temporal de mi investigación no contempla centralmente lo acontecido luego de marzo de 2020, fue la pandemia la que contribuyó en advertir la centralidad que la digitalización tiene en la conformación de los vínculos con lo literario. En el contexto de aislamiento se crearon eventos literarios de distinto tipo (talleres, tertulias, lecturas colectivas), se abrieron nuevas cuentas que promocionan la lectura en aplicaciones novedosas, se establecieron circuitos de recomendaciones de libros, pero también se consolidó un proceso de involucramiento social y experiencias de activismo con causas más allá, en principio, de lo literario, pero que hacen a la conformación de ese mismo vínculo. Es que, de acuerdo con las/os lectoras/es, muchas de estas lecturas son valoradas por el modo en que abordan, en particular, cuestiones de género, feminismo y diversidad que resultan claves en su mirada del mundo y en su educación sentimental. De ese modo, a partir de los sentidos que encuentran en los textos, estas personas hacen un activo uso de sus redes sociales no solo para compartir y difundir el amor por la lectura sino también para expresarse políticamente frente a temas de coyuntura y, en tanto miembros de su comunidad, reivindican tanto como denuncian situa-

---

<sup>15</sup> Cabe advertir que mi trabajo doctoral, además, se centró en un actor social particular conformado por personas de sectores urbanos y de las capas medias y medias-altas de la sociedad, que se enmarcan en el concepto de *juventudes conectadas* (Reguillo, 2010) o en el término nativo de *trendsetter* (García Canclini et al., 2012): jóvenes de las franjas más altas del nivel educativo y de capacitación tecnológica, en permanente conexión digital, con la capacidad de ser *multitasking* y que hacen de la comunicación digital el centro de su vida cotidiana.

ciones que parecen interpelarlas/os si no como “militantes” al menos como “activistas de género” (Natalucci y Rey, 2018)<sup>16</sup>. Experiencias de politización que se caracterizan y configuran con un fuerte anclaje en las nuevas plataformas de comunicación y en redes de escala internacional (Zimmerman, 2017; Natalucci y Rey, 2018). En definitiva, la pandemia no solo trajo consigo un aumento de horas frente a las pantallas, sino también cambios cualitativos con relación a los procesos de digitalización y los usos que las personas hacemos de las tecnologías digitales.

## Seguir lo literario

Los desafíos y decisiones metodológicas que debí tomar durante mi investigación no pueden pensarse al margen de las transformaciones del universo empírico de estudio, pero tampoco pueden hacerlo por fuera de las habilitaciones del enfoque conceptual desde el cual se elabora el objeto. La noción de *vínculo* que refiere a la relación que es posible entablar con un texto literario, con sus sentidos tanto como con su materialidad, estuvo signada desde los inicios por una atmósfera académica que marcó conceptual y metodológicamente la forma de definir y demarcar el objeto de investigación. Desde la sociología de la lectura francesa, la obra de distintos autores (Chartier, 1993; De Certeau, 2000; Lahire, 2004) contribuyó a pensar como la relación con el texto es estructurante de la práctica lectora, corriendo así la pregunta desde la legitimidad de las obras literarias hacia las prácticas concretas de los sujetos en torno a los libros. Ideas presentes en otros campos culturales en los que se disputan interpretaciones legitimistas alrededor de las prácticas y los gustos estéticos. Es en particular de Hennion (2010, 2017), cuya producción académica se inscribe en el vasto campo de los estudios sociomusicales, de quien he retomado el concepto rector de mi tesis. El autor propone introducir mediadores activos en la conformación del gusto estético y liberarnos así de una falsa díada arte-sociedad. De este modo se plantea una sociología que no se interroga por los objetos estéticos en sí mismos, sino

---

<sup>16</sup> Durante el 2020 hubo dos hechos que generaron gran repercusión entre estas personas y explícitos posicionamientos en sus redes. Uno, de cierto modo, más cercano al mundo literario ya que involucraba a la propia escritora HP y que pasó a ser conocido como *Rowlingate*. El otro, el asesinato del ciudadano norteamericano George Floyd, afrodescendiente, a manos de un policía blanco en Estados Unidos. Ambos casos son abordados en Aller y Cuestas (2020) donde se puede leer los puntos en común de estas expresiones políticas con otras experiencias juveniles de acción colectiva durante la pandemia que ilustran, entre otros, Vázquez y Cozachcow (2021).



que involucra una pregunta por el gusto, entendido como una práctica activa. La propuesta invita a pensar el gusto a partir de la noción de vínculo, atenta a la participación de distintas agencias, humanas y no humanas, entendidas como pragmatas. Más aún, en el caso de mi trabajo doctoral, se trató de atender no solo al gusto sino a los distintos usos (De Nora, 2000) que se habilitan en el vínculo con lo literario.

Ahora bien, ¿cómo captar ese vínculo en acto? Como venía diciendo, metodológicamente, implicó tener una mirada atenta a complementar distintas técnicas y distintos espacios de observación para poder reponer la complejidad del *ecosistema de lecturas*<sup>17</sup> por el que estas personas se mueven. La idea de metodología multisituada, como fue dicho, resultaba incómoda en un contexto en el que las transformaciones tecnológicas y la centralidad de la digitalización en la vida cotidiana tiene un alcance mucho mayor que cuando Marcus (1995) acuñaba este concepto. Aquella idea o la posibilidad de pensar (y estudiar) en términos de *flujos culturales globales*, como lo llamó algún tiempo después Appadurai (2001) en una línea afín, resultaba productiva frente a los cambios de un sistema mundial que mostraba los primeros indicios de procesos que hoy vemos consolidados y donde para estudiar las prácticas de un grupo ya no era suficiente el abordaje de etnografías focalizadas. A finales del siglo XX y frente a esas transformaciones, había que estudiar los procesos de producción cultural en sus distintas temporalidades y escalas. Ahora bien, en la actualidad, ¿es posible pensar una investigación que se proponga producir descripciones y análisis empíricos coherentes con aquellos sujetos en quienes se centra la indagación sin que esta sea de forma *multisituada*?

En la propuesta de *seguir lo literario* subyace un supuesto de recuperar, pero también de resignificar, la apuesta de Marcus (1995) y que Abu-Lughod (2006) retomó de *seguir a la cosa* de un modo que permita ilustrar la multiplicidad de conexiones y escalas en que se entraman las experiencias de los sujetos, pero en un escenario que hace 20 o 30 años atrás podía parecernos hasta distópico. Al mismo tiempo, si las tecnologías digitales son tan centrales en los procesos de producción cultural de la vida cotidiana, es preciso traspasar también la propuesta de pensar lo multisituado como una continuidad *online-offline*, como plantea gran parte de la bibliografía académica

<sup>17</sup> Con la idea de *ecosistema*, acuñada a lo largo del trabajo doctoral, se apela a reponer la complejidad de redes que se entretrejen en este circuito por el que circulan textos, lecturas y lectoras/es de un modo afín a como Van Dijck (2016) plantea la idea de *ecosistema de medios* para ilustrar la riqueza y complejidad de la cultura de la conectividad en las sociedades contemporáneas

que Di Próspero (2017) reconoce bajo la idea de *etnografía de lo digital* y como yo misma había planteado en algún momento de mi investigación. Por el objeto mismo que tenía entre manos, no solo fue pertinente pensar cuáles eran las implicancias específicas del trabajo en estos “múltiples sitios” hoy, sino también darle entidad a esas mediaciones tecnológicas en tanto es en ellas mismas que se revelan fenómenos y prácticas contemporáneos. Más aún, como plantea Hennion (2017), dejar de pensarlas como mediaciones y asumirlas en su carácter de *pragmatas* ya que es en esa misma red de asociaciones, entramada en procesos de digitalización, donde cobra fuerza la idea de vínculo. Un vínculo en el que se vuelven eficaces las participaciones de las más diversas agencias, incluso las no humanas.

Así como la pandemia fue mostrando, en más de un sentido, la centralidad de las tecnologías digitales en la conformación y consolidación de los vínculos, el proceso de escritura de la tesis doctoral fue central para poder advertir que esta operación etnográfica en distintos escenarios y atenta a un juego reflexivo, colectivo e instrumentado con otras agencias más allá de las humanas (Hennion, 2017), implicaba una forma específica de hacer etnografía: una etnografía pragmática.

Siguiendo la lectura que Boix y Semán (2017) hacen de Hennion, “el pragmatismo entiende que las cosas son las relaciones en que existen sujetos y cosas en usos y arreglos. Esas asociaciones son las *pragmata* en las que se integran indisolublemente aquello que el dualismo divide y opone” (p. 5). Es en esa red de asociaciones, que para el caso de mi investigación incluyó lectores/as y *fans* tanto como libros, pantallas, bibliotecas y todo tipo de cosas, que la *pragmata* emerge. Fue al *seguir lo literario* que la idea del gusto, los usos o, como lo llaman mis interlocutoras/es, “el amor por la lectura” fue cobrando forma como un vínculo. De ese modo, el desplazamiento teórico fue trazando al mismo tiempo un camino metodológico para llevar adelante mi investigación, poniendo en práctica una operación reflexiva clave para la propia delimitación de un objeto de estudio. En concordancia con lo que señalan otras/os autoras/es (Balerdi et al., 2017; Boix y Semán, 2017), la adhesión a ciertos postulados pragmáticos-pragmatistas presentes, particularmente, en la obra de Hennion (2010, 2017) mostraron una clara afinidad con el desarrollo de una propuesta empírica de tipo etnográfica que, en línea con lo que propone (Peirano, 1993), adoptó una forma singular atenta a las particularidades de su tiempo y su objeto.

## Conclusiones y desafíos

En este artículo se reconstruyeron, en clave reflexiva, las tensiones y los desafíos que atravesó un trabajo de investigación durante casi una década focalizando en las operaciones metodológicas realizadas y, en particular, en las formas que la pregunta por lo digital fue adquiriendo en ese proceso. Así, se trató de poner de relieve cómo se transforma una pregunta de investigación, cómo esto se relaciona con cambios sociohistóricos de mayor escala y cómo dichos cambios tienen relación con la expansión de lo digital.

La digitalización involucra procesos que trascienden a lo que la irrupción de la pandemia significó, pero en ese marco muchas transformaciones que ya estaban operando, tanto a nivel cuantitativo, pero sobre todo a nivel cualitativo, comenzaron a especificarse. Fue en aquellos primeros meses del año 2020 que logré advertir una dimensión que existía previamente, pero que no se mostraba relevante en mis preocupaciones: el peso de lo digital en la existencia social de las/os interlocutoras/es de mi investigación. Es por eso que en este artículo interesó mostrar más que las formas específicas en que la pandemia afectó el proceso de despliegue de lo digital, el modo en que dicho proceso tomó significación en la problematización del campo y en las herramientas teórico-metodológicas para dar cuenta de ello, pasando de un enfoque multisituado a una etnografía de las asociaciones.

Si volvemos sobre las preguntas que cerraron uno de los apartados previos y a la luz del recorrido realizado, es evidente que debemos recurrir a nuevos conceptos y nuevas herramientas para el estudio de sociedades en las que la presencia de las tecnologías digitales en la vida cotidiana es cada vez mayor. Este artículo se presenta entonces no solo como una memoria reflexiva, con vistas al pasado, sino también como una invitación al desarrollo de estrategias metodológicas que se piensen en sintonía con su objeto, con su tiempo e informadas teóricamente. En un escenario postpandémico que profundiza los procesos de digitalización que la pandemia ya había acelerado, la cuestión digital reviste un interés cada vez mayor. En ese marco, como propone Gómez Cruz (2017), nos debemos avanzar en la producción de propuestas para el estudio del mundo digital desde América Latina y que atiendan a las particularidades de nuestra región y de nuestro país. Si deseamos entender el mundo contemporáneo, debemos producir herramientas teóricas y conceptuales, pero también metodológicas que nos permitan acceder a la comprensión de las experiencias que tienen lugar en estas sociedades digitalizadas.

## Bibliografía

- Abu-Lughod, L. (2005). La interpretación de la(s) cultura(s) después de la televisión. *Etnografías contemporáneas*, 1.
- Albarello, F., Arri, F. y García Luna, A. L. (2020). *Entre libros y pantallas: los booktubers como mediadores culturales*. Buenos Aires: Ediciones Universidad del Salvador.
- Aller, R. (2020). Un reino de *fans*: identificaciones, apropiaciones y construcciones en el Círculo de lectores de Harry Potter (Argentina). *Cuadernos del Instituto de Antropología y pensamiento Latinoamericano - Series especiales*, 8(1).
- Aller, R. y Cuestas, P. (2020). Las transformaciones de un *fandom* en tiempos de aislamiento. El caso del Círculo de Lectores de Harry Potter Argentina. *Revista Argentina de Estudios de Juventud*, 14, e037.
- Appadurai, A. (2001). *La modernidad desbordada. Dimensiones culturales de la globalización*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Balerdi, S.; Boix, O; Iuliano, R. y Welschinger, N. (2017). Sociologías pragmatistas: continuidades entre postulados teóricos y operaciones metodológicas. *Cuestiones de Sociología*, 16, e027.
- Boix, O. y Semán, P. (2017). Mediaciones y pragmatismo. *Cuestiones de Sociología*, 16, e027.
- Cámara Argentina de Internet (2020). Reporte CABASE Internet Index 2do Semestre 2020. <https://bit.ly/3gVpOYz>
- Chartier, R. (1993). *Pratiques de la lecture*. Marsella: Payot et Rivages.
- Cruces, F. (2017), ¿Cómo leemos en la sociedad digital? Lectores, booktubers y prosumidores. Madrid: Fundación Telefónica/Ariel.
- Cuestas, P. (2014). Conociendo el mágico mundo de Harry Potter: sus *fans*, la relación con la obra y los vínculos que se tejen en el club de lectores. *Tesis de grado (Licenciatura en Sociología). Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación. Universidad Nacional de La Plata*.
- Cuestas, P. (2020). Etnografiar desde casa: sobre como sortear las vicisitudes del confinamiento en el marco de la realización de una tesis doctoral. *Actas de las IX Jornadas de Etnografía y Métodos Cualitativos del Centro de Antropología Social del Instituto de Estudios Sociales de la Universidad Nacional de General Sarmiento*.
- Cuestas, P. (2022). “Vivir los libros”: Exploraciones etnográficas en torno a los vínculos de jóvenes con lo literario a partir de la apropiación de tec-

- nologías digitales. *Tesis de posgrado (Doctorado en Ciencias Sociales). Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación. Universidad Nacional de La Plata.*
- Cuestas, P.; Pates, G y Saez, V. (2022). El fenómeno booktok y la lectura en pandemia: jóvenes, pantallas, libros y editoriales. *Austral Comunicación, 11(1)*, 1-31.
- Dandrés, C. y Mutuverría, M. (2008). Jóvenes negociando sentidos. El caso del club de fanáticos de Harry Potter en La Plata. *Tesis de grado (Licenciatura en Comunicación Social). Facultad de Periodismo y Comunicación Social. Universidad Nacional de La Plata.*
- De Certeau, M. (2000). *La invención de lo cotidiano. 1. Artes de hacer.* México: Cultura Libre.
- DeNora, T. (2000). *Music in Everyday Life.* Cambridge: Cambridge University Press.
- Di Próspero, C. (2017). Antropología de lo digital: Construcción del campo etnográfico en co-presencia. *Virtualis, 7(15)*, 44-60.
- Encuesta Nacional de Consumos Culturales (2017). *Ministerio de Cultura, Presidencia de la Nación.* Argentina.
- García Canclini, N.; Cruces, F. y Urteaga Castro Pozo, M. (2012). Jóvenes, culturas urbanas y redes digitales. Prácticas emergentes en las artes, las editoriales y la música. Madrid: Fundación Telefónica.
- García Canclini, N.; Gerber Bicecci, V.; López Ojeda, A.; Nivón Bolán, E.; Pérez Camacho, C.; Pinochet Cobos, C. y Winocur, R. (2015). *Hacia una antropología de los lectores.* México: Ediciones Culturales Paidós.
- Gómez Cruz, E. (2017). Etnografía celular: una propuesta emergente de etnografía digital. *Virtualis, 8(16)*, pp. 77-98.
- Hennion, A (2010). Gustos musicales: de una sociología de la mediación a una pragmática del gusto. *Comunicar, 4(17)*.
- Hennion, A. (2017). De una sociología de la mediación a una pragmática de las vinculaciones. Retrospectiva de un recorrido sociológico dentro del CSI. *Cuestiones de Sociología, 16*, 185-212.
- Hine, C. (2004). *Etnografía virtual.* Barcelona: Editorial UOC.
- Ibarrola, D. (2019). Acerca del asocianismo y los deportes alternativos: el Quidditch argentino. *ATHLOS. Revista Internacional de Ciencias Sociales de la Actividad Física, el Juego y el Deporte, 18(8)*.
- Ito, M.; Martin, C.; Cody-Pfister, R.; Rafalow, M.; Salen, K. y Wortman, A. (eds.)

- (2019). *Affinity online: How connection and shared interest fuel learning*. New York: New York University Press.
- Lahire, B. (2004) (Comp.) *Sociología de la lectura*. Barcelona: Gedisa.
- Lluch, G. (2014). Jóvenes y adolescentes hablan de lectura en la red. *Ocnos*, 11, 7-20.
- Marcus, G. (1995). Etnografía en/del sistema mundo. El surgimiento de la etnografía multilocal. *Alteridades*, 11(22), 111-127.
- Miller, D. (2020). Como hacer una etnografía durante el aislamiento social. *Video de YouTube*. Recuperado de: <https://youtu.be/NSiTrYB-Oso>
- Natalucci, A. y Rey, J. (2018). ¿Una nueva oleada feminista? Agendas de género, repertorios de acción y colectivo de mujeres (Argentina, 2015-2018). *Revista de estudios políticos y estratégicos*, 6(2), 14-34.
- Papalini, V. (2021). La escritura escuchada. Circulación literaria y recreación de comunidad. En Boix, O y Iuliano, R (comp.). *La cultura como dimensión transversal de lo social: objetos, conceptos y debates actuales acerca de los mundos del arte contemporáneos*. FaHCE-UNLP, CLACSO.
- Peirano, M. (1993). A favor da etnografía. *Anuário antropológico*, 17(1), 197-223.
- Petit, M. (2001). *Lecturas: del espacio íntimo al espacio público*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Reguillo, R. (2010). La condición juvenil en el México contemporáneo. Biografías, incertidumbres y lugares (pp.395-429). En Reguillo, R. (coord.), *Los jóvenes en México*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Semán, P. (2006). *Bajo continuo. Exploraciones descentradas sobre cultura popular y masiva*. Buenos Aires: Editorial Gorla
- Szpilbarg, D. (2011). Las ferias de libros como espacios de legitimación de editoriales y escritores: un análisis acerca de las relaciones entre literatura, economía y cultura en la Feria del Libro de la Ciudad de Buenos Aires. *IX Jornadas de Sociología. Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires*.
- Van Dijck, J. (2016). *La cultura de la conectividad. Una historia crítica de las redes sociales*. Buenos Aires: Siglo XXI Editores.
- Vázquez, M. y Cozachcow, A. (2021). (Entre las redes y las calles: organizaciones y acciones colectivas juveniles durante la pandemia (2020-2021). *Ultimas década*, 29(57), 159-196.
- Welschinger, N. (2020). La emergencia de la cuestión digital: de la perspectiva de la brecha hacia la desigualdad digital. *Enfoques, perspectivas y situaciones*; 2(6); 137-156.

- Winocur, R. (2013). Etnografías multisituadas de la intimidad online y offline. *Revista de Ciencias Sociales. Segunda época*, 23(4), 7-27.
- Zimmerman, T. (2017). #Intersectionality: The fourth wave feminist Twitter community. *Atlantis: Critical Studies in Gender, Culture & Social Justice*, 38(1), 54-70.