

Etnografías en tiempos de algoritmos

DORISMILDA FLORES-MÁRQUEZ
RODRIGO GONZÁLEZ REYES

Resumen: *La etnografía ha ocupado un lugar clave en el estudio cualitativo de las prácticas en entornos digitales desde hace más de dos décadas. Sin embargo, esta se ha transformado en relación con los cambios permanentes en la internet y las redes sociodigitales, de una lógica más abierta en la era de los sitios web, a la lógica de las plataformas y los algoritmos que vemos ahora. Si algo hemos aprendido, es que no hay fórmulas mágicas para hacer etnografía y que siempre es necesario hacer ajustes en función de las y los participantes, las prácticas, las características de los entornos y los recursos disponibles. Este capítulo propone una reflexión acerca de los desafíos epistemológicos, teóricos, metodológicos, éticos y prácticos del enfoque etnográfico en tiempos de algoritmos, con el propósito de ofrecer algunas pistas y preguntas a estudiantes e investigadores que se acercan al estudio de la comunicación y la cultura digital.*

Nuestras vidas están atravesadas por lo digital. Todos los días, en mayor o menor medida, estamos en contacto con plataformas y aplicaciones para comunicarnos con los otros, producir / reaccionar / consumir contenido, desplazarnos en la ciudad, hacer ejercicio, pedir comida, jugar, conocer gente, llevar la agenda, consultar carteleras, trabajar, e incluso para despertar. De entrada, esto implica que el estudio de la vida social requiere abordar tal complejidad. A ella se sumaron dos elementos más en años recientes: por un lado, la cada vez más evidente algoritmización de todo, que altera los modos en que nos conectamos y usamos los dispositivos, plataformas / aplicaciones, pero también los modos en que interactuamos con el mundo; por otro lado, la pandemia de la covid-19 y el “traslado” de muchas actividades presenciales a modalidad en línea, que detonó ciertas reconfiguraciones en las prácticas y las formas de indagación.

En este capítulo, proponemos una reflexión sobre los desafíos epistemológicos, teóricos, metodológicos, prácticos y éticos que hemos experimentado en el trabajo etnográfico en tiempos de algoritmos. No se trata de un ABC o de fórmulas para hacer etnografía digital, porque no las hay, sino de situar algunas pistas y elementos clave que nos permitan trazar nuestras propias rutas para analizar objetos específicos.

La producción de conocimiento siempre es situada. Las reflexiones que aquí compartimos se producen en tiempos —como se mencionó arriba— de algoritmos y pandemia, en los cuales hacer etnografía es distinto de lo que veíamos antes, cuando perseguíamos sitios web abiertos, incluso de las primeras “temporadas” de las redes sociodigitales, y será distinto también de lo que venga en los siguientes años. Quienes escribimos esto somos investigadores entrando en los cuarenta años de edad, de los cuales casi hemos dedicado la mitad al estudio de la comunicación.

Lo anterior, nos da la posibilidad de identificar las transformaciones en los entornos, los actores y las prácticas, así como las formas de estudiarles a través de los años. Además, dado que tenemos nuestros domicilios de trabajo en las ciudades de León, Guanajuato, y Guadalajara, Jalisco, en el centro-occidente de México, la escritura de este texto y todas las interacciones para ello se dieron en línea, en documentos compartidos, videollamadas, mensajes y más. No haremos aquí una etnografía de nuestra propia práctica, pero vale la pena mencionarlo porque, incluso, en esto hay mediaciones.

Por último, en términos disciplinares, nos ubicamos en la comunicación desde una perspectiva sociocultural, que no tiene la exclusividad sobre la etnografía ni es el único camino posible para realizarla, pero es el nuestro, y eso deriva en que veamos unas cosas y otras no.

En la estructura del capítulo, primero situamos la algoritmización y la pandemia como puntos de partida que detonaron cambios en los entornos, las prácticas y los modos de estudiar estos fenómenos. Las siguientes dos secciones abordan la reflexión epistemológica, primero en relación con los métodos y sus recursos, y después, de modo más específico, acerca de las lógicas de la etnografía digital. Enseguida, nos enfocamos en la dimensión práctica del trabajo etnográfico, referente a las técnicas que permiten hacer observables los objetos. Para cerrar, planteamos una

serie de desafíos éticos que, si bien son aplicables a cualquier proyecto de investigación social, son en particular relevantes en la etnografía digital.

PUNTOS DE PARTIDA: ALGORITMIZACIÓN Y PANDEMIA

En estos tiempos, es común decir que nuestros teléfonos “nos escuchan”. Buscamos algo en la internet, hablamos de algo, o simplemente nos ubicamos en determinado lugar, y eso basta para comenzar a recibir anuncios y noticias al respecto en redes sociodigitales. ¿Qué tiene que ver esto con la etnografía digital? Todo. Hay cambios en los entornos y las prácticas que tienen su correlato en las formas de observar y analizar.

En apenas dos décadas, se han transformado los espacios, los recursos y las prácticas en función de la automatización algorítmica (Dourish, 2017; Gómez, 2022). Esto configura experiencias de usuarios caracterizadas por los cambios constantes, que van minando la agencia humana en las decisiones sobre qué y cómo ver o seguir.

Uno de los cambios clave ha sido que antes había que “entrar” a la internet, con lo que eso suponía sobre acceder mediante conexiones telefónicas, buscar los sitios web e interactuar con la información: “Lo digital existía cuando la persona decidía conectarse, las personas habitaban lo digital a través de la interacción” (Gómez, 2022, p.83). En contraparte, ahora la presencia en línea es permanente y las fronteras se han borrado, las notificaciones hacen que la información llegue a las y los usuarios de modo constante, incluso sin que la busquen.

Otro cambio importante se da en la relevancia, que no es más la que cada usuario concede en función de criterios propios, sino la que se produce a partir de la automatización algorítmica, que destaca algunos elementos e invisibiliza otros en medio de grandes volúmenes de información. Vemos esto en las publicaciones en redes como Facebook, Twitter, Instagram y TikTok, también en las recomendaciones de las plataformas de *streaming* como Netflix y Spotify, e incluso en aquellas relacionadas con la movilidad como Uber y Waze.

Estos cambios en las lógicas de las plataformas y las experiencias de usuarios presentan cada vez más desafíos para quienes abordamos estos objetos de estudio, porque se ha pasado de una lógica abierta a una restringida, donde los datos de todas y todos circulan en plataformas privadas.

Hace más de veinte años, cuando Christine Hine (2000) hablaba de etnografía virtual, esta se traducían en términos prácticos en el seguimiento de los rastros que dejaban tales prácticas, a través de comentarios en sitios web que permitían el acceso abierto. Quienes comenzamos a hacer etnografía en *blogs*, vivimos algo similar en cuanto al acceso, aunque diferente en la lógica de las prácticas, incluso cuando ya estábamos entrando en los terrenos de la plataformización.

El escenario fue cambiando con la llegada de otra serie de plataformas que concentraron las interacciones de las mayorías, mientras dieron lugar a procesos de privatización de lo público, al diseñar y operar modelos de negocio basados en la datificación. Lo anterior es comparable, hasta cierto punto, a la diferencia entre investigar en calles y plazas públicas, o en centros comerciales y oficinas cerradas, que puede leerse cuando pensamos lo público en términos de accesibilidad, visibilidad e interés común (Rabotnikof, 2008). En tiempos de plataformas, los datos no siempre son accesibles y visibles, lo cual contrasta con las ideas de los inicios de la internet, donde se enfatizaba la posibilidad de contar con un espacio horizontal, libre y democrático.

En este sentido, los cambios han permitido abrir líneas de indagación en torno a la cultura algorítmica (Gómez, 2022; Lange, Lenglet y Seyfert, 2019; Seaver, 2017), pero también han abierto desafíos para acceder a los espacios, los actores y los datos, así como en cuestionamientos éticos sobre los modos de obtenerlos.

A esta gestación de la cultura algorítmica, que ya se venía dando desde hace años, se sumaron otros desafíos alrededor de la pandemia de la covid-19. Una rápida indagación hemerométrica sobre los métodos para estudiar la comunicación y la cultura digital nos muestra, de manera nada sorprendente, que una de las palabras más buscadas en revistas académicas, bases de datos documentales y en la web abierta, relativas a los estudios sociales durante los años 2020 y 2021, es “etnografía”, en varios idiomas, e indisolublemente ligada a descriptores como virtual, digital, *online* y un puño de adjetivos más que viajan en el mismo sentido.

Decimos que no es una sorpresa, pues, al estallido de la pandemia a inicios de 2020, le siguió la crisis del trabajo de campo presencial y, de un momento a otro, un término que había sido propio tan solo de una parte muy exclusiva de los estudios sociales —incluso en gran parte

rechazada por el campo de la antropología—, ganó protagonismo y saltó decenas de polémicas que le habían precedido en cosa de tan solo semanas: llegaba y a veces regresaba la idea de etnografía, con su gran apellido “digital”. El principio de reivindicación era más claro que el del funcionamiento de una escoba: si algo no puede ser hecho de manera física y presencial, debe ser llevado a cabo de manera digital; donde digital se tradujo como reemplazar la presencia física por una mediación tecnológica, prácticamente utilizando cualquier cosa que involucrara a la internet.

Si bien este hecho marcó el regreso de un optimismo generalizado sobre el método etnográfico, así como la conversión inesperada y algo forzada de antiguos y reacios detractores, marcó también el arribo de un término cada vez más ambiguo, cargado de expectativas más y más alejadas de sus posibilidades reales y, sobre todo, de peligrosas imprecisiones metodológicas y epistemológicas.

En esos momentos de crisis, salvar una investigación en desarrollo equivalía, muchas veces, a buscar en redes sociales o sitios web sucedáneos de la comunidad, el barrio o el aula, pero sin tomar en cuenta que la etnografía digital no es un genérico intercambiable de otros métodos u otras rutas metodológicas, sino un enfoque con un conjunto de herramientas pensadas, diseñadas y calibradas para generar formas particulares de explicación y descripción en escenarios que se desenvuelven con sus propias gramáticas, competencias, reglas y performatividades.

En la práctica, ya no en la abstracción teórica, pasar a hacer etnografías digitales para subsanar el trabajo de campo, que había sido pensado como una intervención física, presencial e *in situ*, fue más parecido a ver a alguien saltar de un helicóptero con una balsa inflable, que a alguien cambiando la rueda de repuesto de un automóvil.

Si bien la analogía puede ser un tanto dramática —y lo es—, su dramatismo reside en que este tipo de decisiones metodológicas encuentran efectos y consecuencias prácticas en la forma en que proyectamos nuestras investigaciones, y que una de ellas es darnos cuenta, al final del trabajo, que hicimos operar una herramienta sin conocer con exactitud para qué estaba hecha, o bien, que dimos por sentado que las reglas que hacen funcionar al dispositivo en determinadas situaciones eran las mismas para otros u otras contextualidades.

Justamente, parte importante de la intención de este trabajo, y estos apartados, es poder reflexionar sobre aquello que es esencial y accidental en el concepto de etnografía digital, sobre todo echando mano de los principios epistemológicos que a través del tiempo han dado lugar a esta como una opción dentro del catálogo de posibles caminos en la producción de saberes y conocimientos particulares.

MÉTODOS, REGLAS, RECURSOS...

Cada método tiene sus propias reglas y recursos y, con ellas, configura un tipo de respuesta al entorno de investigación que le increpa, reclama e impone el entorno de conocimiento; esto quiere decir que, más allá de adaptar el tipo de preguntas que se tienen a las condiciones de investigación del entorno, cada método se presenta como un dispositivo particular, discreto, único y exclusivo para configurar la forma en que se expone su objeto.

Si lo vemos así, los objetos no preexisten a la investigación, sino que cada conjunto de interrogantes, al momento de elegir entre el catálogo de opciones empíricas, prefigura el método y este, a su vez, la modalidad o el régimen de construcción del objeto. Esto quiere decir, también, que los objetos no siempre son transversales ni comunes a los temas, disciplinas o campos —mismos que cuentan con su propia bolsa de reglas y recursos—, sino entidades particulares y propias de cada conjunto de problematizaciones, que dan lugar a las modalidades de construcción de sus objetos.

Es importante rescatar y volver a poner en el horizonte esta discusión, pues la etnografía, como cualquier otro método —en tanto formas de hacer—, no cuenta con objetos propios, sino con reglas de producción de descripciones y explicaciones que le son privativas.

Visto así, los métodos son sistemas de construcción de conocimientos y rebasan la mera categoría de instrumentos productores de datos, para convertirse en bolsas de dilemas epistemológicos que demandan formas inherentes de acomodo y organización de sus principios productores de conocimientos. Es aquí donde surge la gran pregunta: ¿qué principios epistemológicos ordenan, y por qué y para qué, a este método llamado etnografía?

Para ello, en una obra nada nueva, pero poco conocida, Nadel (1974) nos expone algo que solemos soslayar, por el principio de asimilación por obliteración, quienes vemos desde las ciencias sociales: las disciplinas encuentran su esencia práctica en el diseño y el ejercicio de sus métodos, y estos no son otra cosa que respuestas prácticas a las presiones contextuales e históricas de sus agendas problemáticas y las condicionantes prácticas de las circunstancias de producción de conocimiento de sus agentes.

La llamada de atención de Nadel (1974) cobra pertinencia, pues una postura muy común da por sentado que las disciplinas —o campos disciplinares, si nos metemos al debate— surgen, se constituyen y desarrollan en torno a sus objetos, entendiendo que estos son propiedades particulares e intrínsecas de los sistemas explicativos, no tanto problematizaciones sobre cómo conocemos aquello a lo que llamamos objetos. Si así se quiere, podemos decir que la idea común y persistente es que las disciplinas existen no por cómo construyen conocimiento empírico a través de la sistematización de la experiencia, sino por cómo especulan sobre el tipo de relaciones existentes, en términos abstractos, entre quien conoce y lo que es conocido.

De esta manera, que como veremos consideramos errónea, se genera un bucle vicioso donde la sociedad, por ejemplo, sería al mismo tiempo el objeto de la sociología, la antropología y, en general, de ese variopinto y misceláneo escenario que son las ciencias sociales. Convertido el objeto en tierra de nadie e interés de todos, los límites disciplinares no solo tienden a difuminarse —y no en el positivo sentido wallersteiniano enunciado en la idea de la porosidad de las fronteras disciplinares (Wallerstein, 1998)—, sino, sobre todo, a *ambiguarse*, a volver genéricas e intercambiables las agendas problemáticas que suponíamos diferenciadas entre campos disciplinares.

Tras esto, si bien la idea misma de Nadel no es nueva ni dista mucho de otras propuestas —incluso mucho más complejas, como es el caso de Bourdieu—, lo que resulta muy útil en su planteamiento es el énfasis dislocativo de la mirada: los métodos dan lugar a las disciplinas como formas de práctica empírica, no a la inversa. Hemos partido de Nadel para discutir acerca de la etnografía digital, pues el autor llega a estas afirmaciones a propósito de retrover su propia disciplina: la antropología social.

Para ello, su exposición es sencilla e inicia con una pregunta: ¿por qué la antropología social basa su práctica empírica, su fundacionalidad histórica, en el método etnográfico? Por la simple razón de que quienes se autonombraron como antropólogos por primera vez, no podían acceder a los sistemas sociales que necesitaban describir y explicar, ya que estos sistemas eran, en todo y para ellos, irreferentes y desconocidos.

Mientras que los nacientes sociólogos miraban al interior de los sistemas sociales a los que pertenecían, dentro de los cuales habían nacido y crecido, los antropólogos encontraban frente a sí sociedades completamente arcanas, grupos de personas que hablan una lengua incomprensible, que no tenían escritura, poseedores de sistemas de valores, organización y cosmogonías totalmente ignotas y, con ello, la necesidad de solo observar: a estos protoantropólogos no les quedaba más que posar y disciplinar la mirada e interpretar. Nació con ello el método etnográfico, una forma de observación que implicaba reglas del “ver” basadas en las condiciones del entorno, que enfatizaban en el imperativo inmersivo, la posición dominante del nativo y el registro sistemático de lo observado.

Tal como iremos revisando más adelante, la etnografía no solo se trataba de “observar”, que es una actividad de conocimiento básica para los seres humanos, sino de domesticar esa mirada a través de reglas que orientan tanto el cómo ver como el qué se ve según lo pide el contexto. Como consecuencia, en el caso de la etnografía, los supuestos epistemológicos derivan en reglas de observación y no a la inversa, pues la necesidad de definir las propiedades de lo observado, en relación con las dificultades para observarlas, obliga a imponer supuestos de partida diferentes a los de otras disciplinas sobre la naturaleza de lo observado y el tipo de mediaciones instrumentales para observar.

De esta manera, no es gratuito ni casual que los autonombrados antropólogos deriven sus reglas de observación de los imperativos impuestos del contexto de lo observado: interpretar a quien interpreta, distanciarse cognitivamente de lo cognoscible en la inmersión a través del extrañamiento, y preferir las explicaciones en primera persona que en segunda —lo que da lugar, en el largo plazo, al par *emic / etic*.

A partir de esta premisa, que podría parecer algo obvia para quien hace antropología, aparece otro binomio disociante: hablamos de la diferencia,

no siempre clara para otras y otros científicos sociales, entre lo que llamamos el *locus* y el *milieu*. Ambos términos comparten origen semántico en el latín: *locus*, el lugar; *milieu*, el espacio de ocurrencia. Los dos términos coloquiales se convierten en “conceptos” cuando asumen significados operativos diferenciados: el *locus* es el lugar desde el que se posiciona quien observa —quien conoce observando— y el *milieu* el medio que es habitado y construido por parte de quien es observado. Y cuando decimos que es construido, nos referimos, sobre todo, a que es creado y recreado en las prácticas y los relatos de quien lo habita.

Este aspecto distanciador del acto cognoscente del *mirar-ser mirado* se vuelve epistemológicamente protagónico, pues marca la distancia entre el “nativo” y el “foráneo”, el que actúa las reglas de operación, pero no es consciente de su gramática, y de quien llega con la intención de descubrirlas, pero tiene que abstraer y organizar las instrucciones que las generan. Es protagónico, decimos, no solo porque marca los lugares del ver-conocer, sino porque esos lugares se convierten en las condiciones que dictan el cómo digo que conozco lo que conozco. Visto así, el *milieu* se vuelve también objeto empírico y se posiciona, al mismo tiempo, como un plano doblemente articulado: es lo que se observa y la condición con lo que se observa.

Aunque, a primera vista, para alguien que procede de las ciencias sociales y tiene un conocimiento básico de los principales principios orientadores sobre el proceder metodológico en estos campos, puede parecer algo dado por sentado; la cuestión radica no en reconocer la regla, sino en desconocer, en muchos casos, aquello que origina la regla, en particular la regla epistémica que propició que esto sea así para la antropología y algo no sustancial en las primeras sociologías, por poner el ejemplo más clásico.

Mientras que las primeras sociologías, de corte cualitativo, redujeron, por cuestiones prácticas, el abanico heurístico a una relación del tipo “observo al que observa”, las condiciones de “observación” de los primeros protoantropólogos, marcadas por el distanciamiento total de los marcos autorreferenciales, obligaron a estos también protoetnógrafos a reformular el espacio de interacción como un escenario duplo pero único, como una moneda con dos caras, y se plantearon el juego con la regla de

que el “volado” no se puede echar al aire sin esa entidad unificada que es el *locus / milieu*, pero que presenta propiedades distintas en sus dos diferentes y, a la vez, inseparables dimensiones.

Con base en la tradicional alegoría lingüística de la hipótesis Sapir-Whorf, que dicta que la percepción de la realidad de una persona está determinada por la estructura lingüística con la que piensa —con todo y la controversia casi centenaria que prevalece al centro de este debate—, para efectos prácticos, podemos decir que la antropología, como disciplina que emerge de las condiciones antes referidas, tuvo la necesidad, la determinación, de tener que “nombrar” al mundo observacional como una dimensión concéntrica y no como un continuo planográfico, tal como el que comenzaba a usar la sociología.

De acuerdo con el ejemplo anterior, y de vuelta al debate, ahora sobre aquella célebre y también debatidísima viñeta relacionada con la hipótesis que señala que los esquimales, para poder distinguirlos, han habilitado decenas de nombres para los distintos matices del color del hielo y las nieves, estos protoantropólogos se vieron en la necesidad de separar e identificar ya no solo el lugar desde el que se observa y desde lo que es observado, sino, en particular, de distinguir que, aunque hay distintos lugares de observación, cada uno de ellos se puede observar desde dentro y desde fuera.

LA ETNOGRAFÍA COMO EPISTEME DE LO DIGITAL

Quizá la parte más importante para pensar una etnografía como algo “digital” sea dar cuenta de que las posiciones entre el *milieu* y el *locus*, en los contextos digitales, son completamente relativos. El estar desde este lado de la pantalla observando interacciones en alguna esquina de la web, no puede hacer suponer en automático que este es el *locus* y lo demás es el *milieu*. Tal como se defendía antes, la diferencia está marcada por la distancia epistemológica que toma quien observa respecto a lo observado. Un ejemplo de ello es el término *online*, tan utilizado en la década de los noventa del siglo XX y principios del XXI en los ámbitos de los estudios etnográficos digitales, donde el concepto era, justamente, polisémico y conflictivo, pues *online* podía significar al menos tres tipos de relaciones entre lo que se observa, cómo se observa y desde dónde se observa:

lo *online* como escenario, lo *online* como contingencia, o lo *online* como interacción.

Visto así, una observación *online* puede ser potencialmente tres operaciones epistémico–metodológicas diferenciadas: 1) desde “donde” se ve; 2) lo que envuelve o condiciona lo que se ve; o bien, 3) lo que permite ver una forma particular y propia de ser y estar, que no puede darse en ausencia de eso llamado la internet.

Si bien hoy en día la categoría *online*, como vemos, ya no resulta teórica ni metodológicamente solvente —en gran parte por sus ahora obvias imprecisiones epistemológicas—, otros problemas de esta índole siguen presentes cuando el concepto de etnografía digital se convierte en la balsa inflable. Quizá el más importante de ellos en el diseño de investigación, por sus consecuencias prácticas, es la indiferenciación entre tres grandes versiones de lo que se entiende por etnografía digital: etnografiar la internet, etnografiar en la internet o etnografiar a *partir* de la internet.

Aunque, a primera vista, el régimen preposicional parece no ser tan importante, la preposición —de, desde, para, por, etc.— puede suponer la transposición de métodos, su suplantación involuntaria, o la deseconomización de una propuesta empírica. Por ejemplo, muchas de las supuestas etnografías digitales que se engloban a sí mismas en la dimensión de “etnografiar la internet” son, en realidad, estudios de audiencias, en el sentido clásico y propio de los estudios culturales. En estos, se aplican sus propios métodos y propias herramientas a un medio, que bien podría seguir siendo la televisión, la radio, algún impreso o el cine mismo, y donde la idea de etnografía sirve más para amalgamar distintas formas de indagación sobre lo que las personas hacen día a día en relación con la presencia de un medio, que en interpretar qué aspectos de la digitalidad operan en la configuración de la vida diaria de esas personas.

Sin meternos más a estos aspectos, que bibliografía abunda sobre ellos y no es el objetivo de este trabajo, lo relevante de estos ejemplos es que nos permiten ver que algunas veces el medio es el sujeto y otras veces el escenario; que hablar del espacio digital en el diseño del proyecto de investigación exige reconocer *a priori* si este funge como *sujeto* (lo que se observa), *escenario* (en donde se observa) o *condición* (cómo determina lo que se observa).

Desde aquí, una etnografía digital, en el sentido estricto, sería cualquier variación de esta última opción, pues es la única que permite disociar la condición —la internet y sus posibilidades— en *locus* y *milieu*: una condición que nos permite, entonces, vernos como parte de una práctica cultural que observa otras prácticas culturales —usos y significados del hacer en y desde internet— y, al mismo tiempo, nos faculta a hacerlo asumiéndolo como una forma cultural —la internet, en sus géneros, interfaces y formatos que condicionan las modalidades de observación y determinan la presencia de lo observado.

LA ETNOGRAFÍA DIGITAL EN TÉRMINOS PRÁCTICOS

No hay una única manera de hacer etnografía digital, pero podemos identificar algunas generalidades para la toma de decisiones. De entrada, la etnografía digital no se limita a las prácticas que se realizan en línea. Ya desde hace dos décadas, Hine (2000) sostenía la relevancia de acercarse a los contextos de producción, y esto a veces se traduce en abordajes en contextos presenciales. En todo caso, es importante distinguir entre las prácticas digitales como objeto y los entornos digitales como medio para estudiar ciertas prácticas.¹ En esa línea, el estudio de las prácticas digitales puede incluir observación presencial, en línea, entrevistas, así como algunas otras intervenciones pensadas para llegar a los datos (Ardèvol y Gómez, 2014; Boellstorff et al., 2012; Dicks et al., 2005; Flores-Márquez, 2016, 2021; Hine, 2000, 2015, 2017).

Algunas prácticas son susceptibles de observarse de manera presencial. Tal es el caso de la producción de contenidos que se hace en tiempo real en eventos públicos —espectáculos, competencias deportivas, protestas y más— o bien por parte de figuras públicas —*influencers*, figuras políticas y otras—, las prácticas de *gamers*, los encuentros tecnológicos —*hackathones*, talleres—, entre otras. Ahí, el foco puede estar en la observación

1. Pink et al. (2016) plantean más opciones para la etnografía digital: experiencias, prácticas, cosas, relaciones, mundos sociales, localidades y eventos. En este texto, nos referimos con mayor énfasis a las prácticas, aunque las otras posibilidades también se contemplan.

de las prácticas digitales, mientras que el registro puede apoyarse de igual forma de dispositivos y aplicaciones digitales, como quienes tomamos notas escritas, audio y vídeo, o señalamos cosas en mapas mientras hacemos observación.

Otras prácticas pueden observarse en línea. Aquí caben las transmisiones de competencias y eventos en Twitch y otras plataformas, las intervenciones planificadas como las *tuitstorms*, las interacciones que dejan rastros en plataformas específicas como Wattpad, y distintas redes socio-digitales. En suma, aquello que sea observable a través de las pantallas. Si bien el foco también puede estar en la observación de las prácticas digitales, los modos de registro cambian, puede haber capturas de pantalla en imagen fija o video, notas de observación, e incluso descargas de datos cuando esto es posible —por ejemplo, la recuperación de tuits en torno a un acontecimiento para trabajarse etnográficamente, aunque lo más común es la minería de datos.

Hay algunas prácticas en que puede combinarse la observación en línea con la observación presencial, en un *continuum* digital-físico (Ritter, 2021). Ejemplo de esto son las transmisiones en vivo de algún acontecimiento, una manifestación, alguna actividad cultural o deportiva, que permita estar en el lugar, pero también monitorear las redes.

Las entrevistas hacen posible conocer, de voz de las y los actores, la narración de las prácticas que realizan, los sentidos que les dan a estas, así como los contextos en que ocurren. Esto es útil cuando no es posible acceder de primera mano a espacios de observación, o bien para complementarla.

Por último, otras intervenciones pensadas para llegar a los datos pueden incluir acciones como pedir a las / los actores que hagan capturas de pantalla en imagen fija o video para recuperar lo que ellas / ellos / ellos ven y nosotros no, hacer grupos en determinadas plataformas con las / los actores, recuperar conversaciones de aplicaciones de mensajería, incorporar momentos de observación de las interacciones en las plataformas, al tiempo que se realizan entrevistas con actores, y un largo etcétera.

Aquí es donde nos enfrentamos con los desafíos de la algoritmización. Cuando seguíamos y registrábamos interacciones en *blogs*, ya sabíamos que el orden de aparición de las entradas era cronológico inverso, que nosotros veíamos lo mismo que quien lo publicó y que otras / otros

seguidores. Cuando seguimos el rastro de las publicaciones en plataformas, como Facebook, Twitter, Instagram y más, lo que vemos como investigadores no es lo mismo que nuestros actores ven, y tampoco es idéntico a lo que se ve para las / los usuarios. Para estos últimos, como mencionamos antes, el orden de aparición se determina a partir de la automatización algorítmica, que concede mayor relevancia a unas publicaciones que a otras, en función de distintos factores, como el pago de publicidad —muestra incluso contenidos de páginas y perfiles que las / los usuarios no siguen—, la geolocalización, el historial de navegación, los contactos y más. Esto puede incluir lógicas turbias, como la diseminación de cierta información —como se ha documentado en la propagación de noticias falsas en torno a elecciones en Estados Unidos, Brasil, México y otros países—, o bien el borramiento de ciertas temáticas —como hemos visto alrededor de determinadas movilizaciones, medios rusos en tiempos de guerra entre Rusia y Ucrania, o información sobre el aborto luego de la decisión de la Suprema Corte en Estados Unidos de revocar el derecho a la interrupción del embarazo.

Para abordar estas lógicas desafiantes, en algunas investigaciones se ha optado por buscar un mayor protagonismo de las / los usuarios para obtener los datos, sea mediante observaciones con ellas / ellos, o bien mediante capturas hechas desde sus cuentas personales. Conviene problematizar más estos cambios y no simplemente abordarlos como si las redes siempre hubieran sido así.

Como mencionamos al principio, en este capítulo asumimos que la reflexión que proponemos se sitúa en tiempos “de algoritmos”, que sus lógicas son distintas de las que se vivieron en otros tiempos y de las que vendrán después. La lectura del texto en el futuro requerirá nuevos reconocimientos y problematizaciones de los cambios.

DESAFÍOS ÉTICOS EN LA ETNOGRAFÍA DIGITAL

Toda investigación social que se precie de serlo debería colocar los aspectos éticos en el centro de las decisiones. Para el caso de los estudios de la internet, la Association of Internet Researchers (2019) ha puesto especial atención en esto, y ha desarrollado lineamientos éticos que se han ido

actualizando a lo largo de los años² para hacer frente a las complejidades de estos objetos cambiantes.

En estos lineamientos se consideran diferentes etapas o fases: el diseño inicial de investigación, los procesos iniciales de investigación, el análisis, la diseminación y el cierre del proyecto. Cada una tiene sus propias lógicas y desafíos. De manera más específica, en el diseño inicial de la investigación se incluyen algunas consideraciones iniciales de asuntos éticos potenciales, que pueden ser tomados en cuenta en la búsqueda de financiamiento. Los procesos iniciales de investigación contemplan la fase de producción o recopilación de datos, que requieren pensar en aspectos de seguridad, tales como la *desidentificación* de los datos y el almacenamiento seguro. La fase de análisis se refiere al uso de técnicas e instrumentos para trabajar con los datos. La diseminación implica el uso de los datos para la presentación de resultados, de modo que se evite mostrar información sensible o que pueda dar lugar a la identificación de los actores. El cierre del proyecto contempla la finalización y, en ella, la destrucción de datos y materiales relacionados.

Si bien estos lineamientos son amplios e incluyen elementos pensados a partir de trabajos basados en analítica de *big data* y métodos digitales, las mismas etapas necesitan reflexión y cuidado en el trabajo etnográfico. Además, hay varios elementos que en los años recientes se han ido incorporando, que permiten tener un mayor cuidado de los aspectos éticos, a la vez que invitan a cuestionar los modos en que hemos hecho investigación en los años previos. Si bien en este capítulo nos referimos en especial a las consideraciones en la etnografía digital, los puntos que presentamos en los siguientes párrafos aplican casi para cualquier estudio realizado desde enfoques cualitativos.

Cada vez es más común emplear el consentimiento informado, que es un documento orientado a que las y los participantes tengan la información relevante sobre la investigación y sepan en qué consiste su partici-

2. La AoIR hizo su primera publicación al respecto, *Ethical decision-making and Internet research: Recommendations from the AoIR ethics working committee*, en 2002. Diez años después, se publicó *Ethical decision-making and Internet research 2.0: Recommendations from the AoIR ethics working committee*. La versión más reciente, que es la que se cita en este capítulo, es de 2019 y se titula *Internet research: Ethical guidelines 3.0*. Todas ellas están disponibles en: <https://aoir.org/ethics/>

pación en ella. El origen de estos formatos se sitúa en la investigación biomédica, de ahí que una convención sea incluir los posibles efectos, beneficios y riesgos de participar en determinado estudio. El trabajo etnográfico dista mucho de los ensayos clínicos, pero, en ocasiones, conservamos esa lógica de elaboración del formato porque las disposiciones institucionales lo piden. Sin embargo, valdría la pena reflexionar sobre los elementos que precisa un formato de consentimiento informado en nuestro campo y en determinado proyecto. De este modo, se puede evitar caer en la *formatitis*, para avanzar hacia un cuidado genuino de los aspectos éticos en la etnografía. La responsabilidad no termina con la firma de los formatos, más bien, es ahí donde empieza (Boellstorff et al., 2012).

Quizás el beneficio más importante del uso de formatos de consentimiento informado es abandonar las prácticas de observar sin informar a quienes se está observando, lo cual es poco honesto. En diversos textos sobre prácticas digitales, se hace referencia a la metáfora clásica de la *mosca en la pared*, es decir, aquella observación que se hace sin intervenir, con la idea de pasar desapercibidos, en cierta pretensión de objetividad. Esto se da en contextos presenciales, pero suele ser más fácil en entornos digitales, donde es común que gente se una a grupos en redes sociodigitales para observar y reportar. Consideramos esas prácticas como inadecuadas, por la falta de honestidad frente a las comunidades y los actores, y por las implicaciones que tiene en otros elementos que se abordan más adelante, como la representación.

Uno de los aspectos clave en la investigación, que además suele abordarse en el consentimiento informado, es el compromiso de confidencialidad y anonimato. Estos elementos buscan garantizar la seguridad en el manejo de los datos. En la investigación, ¿es del todo necesario conocer quién publicó qué cosa o quién se expresó de tal manera? No siempre. Hay casos en que las temáticas son delicadas, y exponer los datos puede poner en riesgo a las y los participantes. Hay otros casos en que esa protección de los datos debe darse incluso dentro de los grupos (Ardèvol y Gómez, 2014; Boellstorff et al., 2012). Sin embargo, hay otros casos en donde los temas no son sensibles y las comunidades prefieren que se incluya información sobre ellas, porque eso les permite dejar constancia de sus acciones.

Eso amerita discusión en la práctica científica y acuerdos en la relación con las y los participantes. Las posibilidades para manejar esto se pueden ir adecuando en función de los casos. Por ejemplo, en la etnografía con grupos activistas, algunos prefieren que los nombres de sus grupos queden registrados, ya que es una manera de documentar su trabajo, pero no es necesario incluir los nombres de las y los activistas de manera individual. Esto es radicalmente distinto a otros casos, donde las actividades de las y los actores implican riesgos, tales como las investigaciones sobre violencia contra periodistas y activistas, personas desaparecidas y acompañantes de abortos, entre otras. Lo adecuado es dialogar con quienes participan las implicaciones de tener distintos niveles de exposición, y acordarlo una vez que tengan información suficiente.

La representación justa es un elemento que debería ser más cuidado en la investigación social, en particular en los enfoques etnográficos, dado que en estos se busca recuperar la perspectiva de las y los actores. Hay diferentes posibilidades, puede ser que las / los investigadores sean elementos ajenos a la comunidad y / o sus actores. En este caso, se hace un esfuerzo importante por adentrarse a las lógicas para ver el mundo desde sus ojos, en la medida de lo posible. No importa cuánto logre entrar y comprender una persona investigadora, en el fondo no es parte del grupo, pero tiene la responsabilidad de que la representación que emane de los productos académicos sea justa con quienes le abrieron la puerta. Enfatizamos algo: es necesario apostar por una representación justa, no por una edulcorada ni condescendiente.

Otra posibilidad es que las / los investigadores trabajen con temáticas, contextos y comunidades de los que son parte. Son los casos de *gamers* que investigan sobre *gaming*, activistas que analizan el activismo digital, artistas que abordan la circulación del arte en las redes sociodigitales y más. En casos como esos, se tiene la ventaja de acceder con más facilidad a los datos, pero siempre se corre el riesgo de naturalizar dinámicas que no son naturales. Buscar hacer una representación justa es desafiante porque implica desnaturalizar cosas y asumir una perspectiva crítica. A veces, esto llega a resultar problemático para quienes asumen el doble rol de investigadores e integrantes de un grupo, que seguirán siendo parte de este cuando el estudio termine. Ejemplo de esto es el siguiente: en

lo digital, un elemento interno puede tener acceso a espacios privados, tales como grupos de WhatsApp entre un grupo más reducido de integrantes de un grupo mayor. Sin embargo, no sería ético utilizar estos datos para la investigación, si no es parte de los acuerdos; esto puede aportar elementos que modifiquen la representación que se hace en el proceso de investigación.

Esta búsqueda de representación justa se relaciona con la reciprocidad. Uno de los aspectos más problemáticos de la investigación social es el extractivismo epistémico que ha sido parte de las prácticas científicas. Si bien este fenómeno se ha hecho un tanto evidente en los años recientes, en los cuestionamientos del Sur global a la producción de conocimiento hecha desde el Norte global, vale la pena someter a examen lo que hemos hecho a lo largo de nuestras trayectorias de investigación. A menudo, las y los investigadores vamos por los datos a las comunidades —que bien pueden ser una agrupación en la selva chiapaneca o un grupo de desarrolladores tecnológicos—, los analizamos, registramos los resultados en tesis y artículos, pero pocas veces regresamos a retribuir algo a los grupos por haber participado.

En las lógicas comerciales de la investigación de mercados, quienes participan en un *focus group* suelen recibir un pago y / o productos de cortesía. En la investigación social, solemos desmarcarnos de ese tipo de retribuciones, porque lo que hacemos tiene otros fines, pero tampoco nos hemos preocupado lo suficiente por hacer que las investigaciones dejen beneficios claros para quienes participan en ellas. Necesitamos superar la producción de conocimiento que proviene de grupos sin beneficiarles, para avanzar hacia el desarrollo de formas creativas y comprometidas de retribución y reconocimiento.

Finalmente, el posicionamiento como investigadores es algo crucial. Los marcos positivistas de las ciencias nos heredaron las pretensiones de neutralidad y objetividad en el trabajo científico. Si bien esto ha sido cuestionado desde enfoques interpretativos, así como desde perspectivas como los estudios culturales y los estudios feministas, con frecuencia vemos investigaciones en las que se presentan datos sin hacer explícita la posición desde la que se parte, los modos en que se juega en el terreno de observación, así como las implicaciones de esta presencia a lo largo de un tiempo determinado.

Sin ánimo de demeritar lógicas de trabajo, algo que ha sido problemático en la analítica de *big data*, la minería de datos y los métodos digitales, es que se trabaja con datos de usuarios que no siempre saben que sus tuits fueron a parar a un estudio. El nivel de detalle de tales datos tiene implicaciones éticas. ¿Qué hay del trabajo en etnografía digital? ¿qué tanto hacemos ejercicios de auto-reflexividad que nos permitan problematizar nuestras prácticas y posiciones en el campo? ¿cómo nos posicionamos frente a las prácticas y los actores que observamos? ¿cómo nos relacionamos con las y los actores que abordamos? ¿qué implicaciones tiene nuestro acceso a determinados espacios digitales, si no accedemos a otros, si observamos solo a través de las pantallas, o si tenemos acceso a los contextos de producción?

Hace algunos años, no veíamos los problemas éticos que vemos hoy, algunos porque no existían, sino que han ido apareciendo conforme los entramados digitales se han complejizado; otros, porque estaban ahí, pero éramos quizá menos conscientes de ellos.

CONCLUSIONES

Nuestra época se caracteriza, entre otras cosas, por la presencia permanente de las tecnologías digitales en la vida cotidiana. Reconocerlo es un punto de partida para la reflexión que presentamos en estas páginas sobre los desafíos de la etnografía digital. Planteamos que hay invariantes, como es el caso de las claves epistemológicas de la etnografía, pero también hay elementos del contexto sociohistórico que desafían los modos en que hacemos etnografía, tales como la algoritmización y el efecto pandemia.

En cuanto a las claves epistemológicas, sostenemos que, detrás, frente y a través de las tecnologías digitales hay personas de carne y hueso, seres humanos que desarrollan prácticas, consignan significado de aquellas y principios epistemológicos que, inmutables, actualizan las cartas de navegación de los contextos cambiantes en la forma en que se les investiga.

Con ello, mientras exista conciencia de los principios que guían la producción de reglas de conocimiento en los métodos que utilizamos para generar descripciones y explicaciones, los conocimientos mismos derivarán de cada uno de los objetos: las etnografías, en su caso, seguirán siendo etnografías, tanto en la vida del espacio físico como en todo aquello que

revista la idea de *digital*, siempre que sean pensadas y diseñadas, en clave epistemológica, como tales. Desde ahí el futuro pinta, a la vez, sobrecogedor y emocionante: sobrecogedor porque la actualización es constante y no para, y emocionante porque cada cambio exige transformarse en un objeto diferenciable.

El efecto pandemia ha obligado a revisar lo que conocemos sobre etnografía digital. En tiempos de los confinamientos para evitar la propagación de la covid-19, numerosos investigadores encontraron en la etnografía digital y otros métodos una posibilidad para seguir haciendo trabajo de campo con otros recursos que sustituyeran lo presencial. Sin embargo, este entusiasmo inusitado parece haberse traducido en una aplicación acrítica de métodos sin una discusión epistemológica, metodológica y ética; o bien a nombrarle etnografía digital a cualquier cosa, lo fuera o no. El presente capítulo buscó aportar elementos para esa reflexión.

En cuanto a la algoritmización y los desafíos que abre para la etnografía, vemos la creciente presencia de plataformas digitales que modifican nuestros modos de estar y desarrollar prácticas en relación con la tecnología. Tales transformaciones, que cambian la lógica de “entrar a la internet” a “estar en permanente conexión”, a la vez que se desplazan de la organización cronológica, o cronológica inversa, hacia la relevancia algorítmica, tienen sus implicaciones tanto en las prácticas que realizan las y los usuarios como en las posibilidades y condiciones que tenemos las y los investigadores para observarlas y analizarlas.

La algoritmización marca los entornos y las prácticas digitales de nuestros tiempos. Ante esto, conviene poner en juego la creatividad para encontrar modos de enfrentar los desafíos metodológicos, prácticos y éticos que abre.

REFERENCIAS

- Ardèvol, E., y Gómez Cruz, E. (2014). Digital ethnography and media practices. En F. Darling-Wolf, *The International Encyclopedia of Media Studies*, vol. VII: *Research Methods in Media Studies* (pp. 1–21). John Wiley & Sons. <https://doi.org/10.1002/9781444361506.wbiems193>
- Association of Internet Researchers (2019). *Internet research: ethical guidelines 3.0*. <https://aoir.org/ethics/>

- Boellstorff, T., Nardi, B., Pearce, C., y Taylor, T. (2012). *Ethnography and virtual worlds. A handbook of method*. Princeton University Press.
- Dicks, B., Mason, B., Coffey, A., y Atkinson, P. (2005). *Qualitative research and hypermedia. Ethnography for the digital age*. Sage.
- Dourish, P. (2016). Algorithms and their others: Algorithmic culture in context. *Big Data & Society*, 1–11. <https://doi.org/10.1177/2053951717738104>
- Flores-Márquez, D. (2016). Internet más allá de internet: el estudio de la comunicación desde la etnografía digital. *Virtualis. Revista de Cultura Digital*, No. 14, 39–51. <https://www.revistavirtualis.mx/index.php/virtualis/article/view/187/182>
- Flores-Márquez, D. (2021). La etnografía digital y sus reconfiguraciones permanentes. En D. Flores-Márquez y R. González Reyes (Coord). *La imaginación metodológica: coordenadas, rutas y apuestas para el estudio de la cultura digital* (pp. 91–116). Tintable.
- Gómez Cruz, E. (2022). *Tecnologías vitales: pensar las culturas digitales desde Latinoamérica*. Puertabierta Editores.
- Hine, C. (2000). *Virtual ethnography*. Sage.
- Hine, C. (2015). *Ethnography for the Internet: embedded, embodied and everyday*. Bloomsbury.
- Hine, C. (2017). From virtual ethnography to the embedded, embodied, everyday Internet. En L. Hjorth, H. Horst, A. Galloway y G. Bell, *The Routledge Companion to digital ethnography* (pp. 21–28). Routledge.
- Lange, A.C., Lenglet, M., y Seyfert, R. (2019). On studying algorithms ethnographically: Making sense of objects of ignorance. *Organization*, 26(4), 598–617. <https://doi.org/10.1177/1350508418808230>
- Nadel, S.F. (1974). *Fundamentos de antropología social*. FCE.
- Pink, S., Horst, H., Postill, J., Hjorth, L., Lewis, T., y Tacchi, J. (2016). *Digital ethnography. Principles and practice*. Sage.
- Rabotnikof, N. (2008). Lo público hoy: lugares, lógicas y expectativas. *Íconos*, No. 23, 37–48.
- Ritter, C.S. (2021). Rethinking digital ethnography: A qualitative approach to understanding interfaces. *Qualitative Research*, 1–17. <https://doi.org/10.1177/14687941211000540>

- Seaver, N. (2017). Algorithms as culture: Some tactics for the ethnography of algorithmic systems. *Big Data & Society*, 1-12. <https://doi.org/10.1177/2053951717738104>
- Wallerstein, I. (1998). *Impensar las ciencias sociales. Los límites de los paradigmas decimonónicos*. FCE.