

# Etnografías de Internet. Una aproximación antropológica

Adolfo Estalella  
Internet Interdisciplinary Institute (IN3)  
Universitat Oberta de Catalunya (UOC)

jestalellaf@uoc.edu  
<http://www.estalella.eu>

## Introducción

Este seminario es una introducción al estudio antropológico de Internet. El objetivo de la sesión de trabajo es doble: en primer lugar discutir algunos de los conceptos teóricos fundamentales con los que aproximarnos al análisis sociocultural de Internet, así como las prácticas y fenómenos mediados por sus múltiples tecnologías; en segundo lugar, proporcionar algunas de las técnicas y estrategias metodológicas básicas para el estudio etnográfico de estos fenómenos.

La etnografía es la metodología clave y la seña de identidad de la antropología; una propuesta que gravita sobre un elemento fundamental en su producción de conocimiento: la búsqueda de la perspectiva de los otros a través de la experiencia del investigador en el mismo mundo social que investiga, lo que se denomina trabajo de campo. Trasladar esta aproximación al estudio de Internet plantea ciertos desafíos metodológicos pero abre al mismo tiempo innumerables posibilidades para la investigación. Ahora bien, el tipo de etnografía que un investigador realice estará poderosamente modelada por su planteamiento teórico con respecto a la tecnología, y específicamente por la forma como conciba Internet, de ahí que la primera parte del seminario se ocupe de desarrollar los elementos teóricos fundamentales con los que conceptualizar Internet y sus tecnologías. Frente a aquellos planteamientos metodológicos caracterizados como 'etnografías virtuales', el seminario plantea la etnografía de Internet como un estudio antropológico cuyas referencias metodológicas se encuentran en la etnografía convencional.

## Planteamiento

El seminario parte de una pregunta básica:

¿Cómo hacer una etnografía de Internet y/o de los fenómenos mediados por las tecnologías de Internet?

Para responder esa cuestión es necesario partir del reconocimiento de que Internet y sus tecnologías son espacios y artefactos materiales que median en interacciones que no pueden reducirse a una dimensión comunicativa. Una etnografía de Internet se plantea, por lo tanto, como una indagación en los aspectos socioculturales de aquellos fenómenos mediados por las tecnologías de Internet. Aspectos como la construcción o la performación de la identidad, el desarrollo de comunidades, el despliegue de sociabilidad, el establecimiento del orden social... son algunos de los objetos que las etnografías de Internet exploran.

Para equiparnos en el estudio de Internet la sesión propone tres ejes fundamentales para el análisis social de Internet. El primero de ellos es tomar a las prácticas, aquello que las personas hacen y dicen, como el objeto de estudio con el fin de alejarnos de los planteamientos que se reducen en el estudio sociocultural de

Internet al estudio de la comunidad. En segundo lugar abordar el estudio desde una perspectiva simétrica, que significa preguntarse no sólo por qué hacen las personas con la tecnología sino qué hace la tecnología a las personas. Y finalmente, abordar el estudio de las narrativas, los discursos que acompañan a las tecnologías y que forman parte constitutiva de esta.

Una vez establecido el marco teórico, el elemento clave es la producción de datos en lo que se denomina el trabajo de campo etnográfico. Se discute en primer lugar la construcción del campo, es decir, el desvelamiento del referente empírico constituido por aquellas personas que se investigan, las tecnologías que se estudian, las geografías que se indagan, etc.; en segundo lugar se presentan algunas de las técnicas propias de la etnografía como la entrevista y el análisis de documentos; y finalmente se discute en extenso la instancia metodológica fundamental de la etnografía: la observación participante.

## Programa

### I. Internet: una aproximación socio-cultural

- # Internet, más que un medio de comunicación.
- # Diversidad de prácticas, diversidad de tecnologías.
- # Las narrativas revolucionarias de Internet.
- # Más allá de la pantalla.

### II. El conocimiento etnográfico

- # Conocimiento etnográfico: la perspectiva de los otros.
- # El trabajo de campo y la observación participante.
- # El extrañamiento y la búsqueda del holismo.

### III. Etnografías de Internet

- # Más allá de la tecnología.
- # De las etnografías virtuales a las etnografías de Internet.
- # Estrategias en las etnografías de Internet.

### IV. Fundamentos teóricos para el análisis social de Internet

- # Las prácticas mediadas como objeto de estudio.
- # Simetría de los análisis.
- # Las narrativas de las tecnologías.

### V. Técnicas y estrategias etnográficas en el campo

- # ¿Por dónde comenzar?: la construcción del campo.
- # Técnicas para la producción de datos.
- # La observación participante.

## Bibliografía

- Ardèvol, E., Bertrán, M., Callén, B., & Pérez, C. (2003). Etnografía virtualizada: la observación participante y la entrevista semiestructurada en línea. *Athenea Digital*, 3. En URL: <http://antalya.uab.es/athenea/num3/ardevol.pdf>
- Ardèvol, E. (2004). L'adaptabilitat del mètode etnogràfic i la recerca sobre Internet. *Quaderns-e. Institut Català d'Antropologia*, 04(b). En URL : <http://www.antropologia.cat/quaderns-e-85>

- Contreras, P. (2003). *Me llamo Kohfam. Identidad hacker: una aproximación antropológica*. Barcelona: Gedisa.
- Dicks, B., & Mason, B. (1998). Hypermedia and Ethnography: Reflections on the Construction of a Research Approach'. *Sociological Research Online*, 3(3).
- Domínguez, D., Beaulieu, A., Estalella, A., Gómez, E., Schnettler, B., & Read, R. (2007). Etnografía virtual. *Forum Qualitative Social Research*, 8(3). En URL: <http://www.qualitative-research.net/index.php/fqs/issue/view/8>
- Estalella, A., & Ardèvol, E. (2007). Ética de campo: hacia una ética situada para la investigación etnográfica de internet. *Forum Qualitative Social Research*, 8(3). En URL: <http://www.qualitative-research.net/index.php/fqs/article/view/277/609>
- Hine, C. (2000). *Etnografía Virtual*. Barcelona: Editorial UOC. En URL: <http://www.uoc.edu/dt/esp/hine0604/hine0604.pdf> (introducción)
- Mayans, J. (2002). *Género Chat. O cómo la antropología puso un pie en el Ciberespacio*. Barcelona: Gedisa.
- Miller, D., & Slater, D. (2000). *The Internet. An Ethnographic Approach*. Oxford: Berg.

Más información en:

<http://mediaciones.es/cultures-tic-i-etnografia-virtual-una-bibliografia-basica>