

El siguiente material se reproduce con fines estrictamente académicos y es para uso exclusivo de los estudiantes de la materia **Juegos de Identidad en los Mundos Virtuales** de la facultad de **Derecho y Ciencias Sociales** de la Universidad ICESI, de acuerdo con el Artículo 32 de la Ley 23 de 1982. Y con el Artículo 22 de la Decisión 351 de la Comisión del Acuerdo de Cartagena.

ARTÍCULO 32:

“Es permitido utilizar obras literarias o artísticas o parte de ellas, a título de ilustración en obras destinadas a la enseñanza, por medio de publicaciones, emisiones o radiodifusiones o grabaciones sonoras o visuales, dentro de los límites justificados por el fin propuesto o comunicar con propósito de enseñanza la obra radiodifundida para fines escolares educativos, universitarios y de formación personal sin fines de lucro, con la obligación de mencionar el nombre del autor y el título de las así utilizadas”.

Artículo 22 de la Decisión 351 de la Comisión del Acuerdo Cartagena.

ARTÍCULO 22:

Sin prejuicio de lo dispuesto en el Capítulo V y en el Artículo anterior, será lícito realizar, sin la autorización del autor y sin el pago de remuneración alguna, los siguientes actos:

b) Reproducir por medio reprográficos para la enseñanza o para la realización de exámenes en instituciones educativas, en la medida justificada por el fin que se persiga, artículos lícitamente publicados en periódicos o colecciones periódicas, o breves extractos de obras lícitamente publicadas, a condición que tal utilización se haga conforme a los usos honrados y que la misma no sea objeto de venta o transacción a título oneroso, ni tenga directa o indirectamente fines de lucro;...”.

Capítulo III

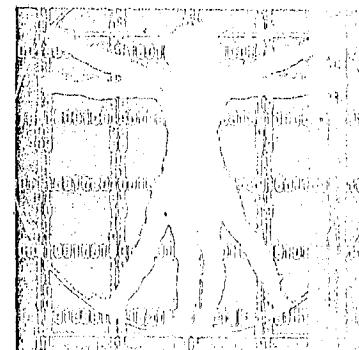
Los objetos virtuales de la etnografía

La crisis en la etnografía

La etnografía ha cambiado mucho desde aquellos tiempos en que se empleaba por los antropólogos para comprender las culturas de lugares distantes. Ha absorbido un vasto rango de campos de estudio entre los que se incluyen vida urbana, medios, medicina, aulas de clases, ciencia y tecnología, etc. Si bien se ha utilizado también dentro de la sociología y los estudios culturales, su estatus sigue siendo clave para la perspectiva antropológica. En nuevos entornos disciplinarios, el énfasis otorgado a las descripciones holísticas ha dado paso a estudios más centrados en tópicos particulares: en vez de estudiar ciertas formas de vida en su conjunto, los etnógrafos de la sociología o de los estudios culturales se han dedicado a examinar aspectos más limitados de, por ejemplo, las personas como pacientes, como estudiantes, televidentes o profesionales. La etnografía de culturas familiares o más cercanas ha ampliado la etnografía de modos de vida remotos o aparentemente exóticos, aportando sus propios retos en la medida en que los etnógrafos deben esforzarse por distanciarse de sus propios presupuestos e intentan negociar el acceso a localizaciones donde deberán tratar con lo cultural de una forma mucho más intensa (Jackson, 1987). Así, tales tendencias han traído una gran expansión en la diversificación de perspectivas etnográficas, todas bajo el mismo sino central de compromiso: desarrollar una comprensión profunda de lo social a través de la participación y la observación. Hammersley y Atkinson han elaborado una definición básica de etnografía, aplicable a casi todos estos estudios:

En su forma más característica, implica la participación del etnógrafo, sea abierta o encubiertamente, en la vida cotidiana de las personas, durante un período prolongado

Colección
Nuevas Tecnologías
y Sociedad



Etnografía virtual

Christine Hine

anónimo

de tiempo, observando lo que sucede, haciendo preguntas –de hecho, recopilando cualquier dato que esté disponible para arrojar luz sobre los temas de su investigación. (1995, pág. 1)

El quehacer etnográfico se ha enfrentado desde siempre a los retos que imponen las ciencias “duras” con respecto a su objetividad o su validez. Para empezar, es una metodología que ofrece poco o nada de prescripción para el investigador, que no cuenta con fórmulas para juzgar la precisión de sus resultados y que es, ciertamente, vulnerable a las críticas provenientes de la racionalidad de las encuestas, los experimentos o los cuestionarios equipados de todo un repertorio de técnicas de evaluación. Se puede decir que la popularidad de las metodologías cualitativas entre las cuales cuenta la etnografía, se basa en su atractivo modo de abordar la riqueza y complejidad de la vida social. En comparación con las técnicas reduccionistas de los métodos cuantitativos, el énfasis en el holismo de la etnografía le confiere un interesante poder de seducción a la hora de lidiar con conceptos complejos y polivalentes como, por ejemplo, en el de cultura, pues resultan sugerentes tanto en su profundidad de descripción como su ausencia de hipótesis *a priori*. Así, la etnografía nos ofrece la promesa de poder acercarnos a la comprensión de cómo las personas interpretan el mundo que las rodea o cómo organizan sus vidas, a diferencia de los estudios cuantitativos que nos ofrecen a representaciones *prefiguradas* de conceptos aislados o impuestos por el investigador.

En respuesta a las críticas esgrimidas desde posturas positivistas o cuantitativas, la etnografía se ha adjudicado la producción de una comprensión auténtica de la cultura, basada en conceptos que emergen del estudio y que no se imponen *a priori* por el investigador. El principio de una etnografía realista consiste en estudiar las culturas *en su estado natural*, en vez de intervenirlas con técnicas de encuesta o arreglos experimentales. Se trata de describir las culturas tal y como acontecen, aunque claro, esto depende de la aceptación del realismo y la objetividad como aspiración última de cualquier metodología. Más recientemente, el proyector realista y naturalista ha sido puesto en cuestión dentro del propio campo de las metodologías cualitativas, así como las nociones realistas se han criticado de una forma mucho más generalizada desde las posiciones constructivistas del conocimiento (Berger y Lukman, 1971). De hecho, las bases para sostener cualquier tipo de conocimiento como un fenómeno *a-social* e independiente de las prácticas particulares del saber han sido gravemente cuestionadas; de ello no se han salvado ni la etnografía ni cualquier pretensión naturalista basada en la documentación de una realidad externa al investigador. Así, el enfoque etnográfico ha dejado atrás sus registros de objetos culturales preexistentes y objetivamente observados y se ha replanteado como la descripción de una realidad inevitablemente “construida”, de objetos creados a través de prácticas disciplinarias, en el marco de un compromiso reflexivo y situado del investigador. Estas tendencias en la epistemología han constituido lo que Denzin describe como “la triple crisis de la representación, la legitimación y la praxis” (1997, pág. 3) en la investigación cualitativa, donde

se incluye la etnografía. La triple crisis descrita por este autor amenaza la posibilidad etnográfica desde todos los frentes: su pretensión de representar la cultura, o de producir conocimiento auténtico, así como la habilidad de sus defensores para hacer intervenciones de principio basadas en el conocimiento que han adquirido a través de esta metodología. Marcus ha descrito claramente la naturaleza del reto al que se enfrentan estos estudios:

Bajo la etiqueta, primero de “postmodernismo”, y luego de “estudios culturales”, muchos académicos de las ciencias sociales y las humanidades han sometido sus hábitos de pensamiento y trabajo a un duro examen auto-crítico. Entre sus reconsideraciones están la naturaleza de la representación, de la descripción, la subjetividad, la objetividad, e incluso las nociones mismas de “sociedad” y “cultura”. No han quedado ileso ni los modos de materializar objetos de estudio ni de organizar los datos para conformar “lo real” con respecto a lo cual el trabajo se dirigía en el pasado. (1997, pág. 399)

En vez de sugerir un abandono total de la etnografía, esta “crisis” invita a abrir sus posibilidades y explorar aplicaciones creativas y estratégicas para esta metodología. La “etnografía de la etnografía” (Van Maanen, 1995) provocada por la nueva epistemología implica una revisión de los rasgos de la metodología que se habían dado por supuestos, abriendo la metodología a examen y reconfiguración, dándonos una oportunidad para reformar y reformular nuestros proyectos a la luz de las preocupaciones actuales. Reconocer que los objetos que encontramos y describimos son nuestras propias construcciones también conlleva una serie de consecuencias que hay que asumir. La cuestión es saber qué nos ofrece construir el tipo de objetos de estudio que necesitamos para penetrar y transformar los debates de una reconstitución de la relación entre etnógrafos, participantes y lectores. Este capítulo toma la llamada crisis de la etnografía como una oportunidad para estudiar una nueva aproximación a Internet desde una perspectiva etnográfica replanteada. 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.

El propósito de esta reevaluación de la etnografía es encontrar una nueva manera de lidiar con algunos problemas que, como hemos descrito en el capítulo II, arrastraría esta perspectiva con respecto a Internet. Entre tales problemas se incluyen la autenticidad de las interacciones mediadas como material para la comprensión etnográfica y la selección de sitios adecuados para estudiar Internet como cultura y como objeto cultural. Las dos cuestiones fundamentales que trae consigo una perspectiva etnográfica para Internet son cómo esta puede constituirse como objeto de estudio etnográfico, y cómo reconocer su autenticidad en tanto tal. Desde un punto de vista realista o naturalista, el proyecto etnográfico en el entorno de Internet puede resultar tremadamente problemático. En este sentido,

el propósito de este capítulo es dar cuenta de desarrollos recientes en el área, que pueden ser particularmente útiles para el desarrollo de una aproximación alternativa al estudio de la Red. Este planteamiento se sostiene sobre el análisis de tres áreas temáticas, a saber:

- El rol del viaje y del la interacción cara a cara en la etnografía
- Texto, tecnología y reflexividad
- La constitución del objeto etnográfico

Analizaremos estas tres temáticas con miras a formular los principios de una etnografía virtual a partir de las nuevas corrientes de pensamiento etnográfico, aplicable a las interacciones mediadas y espacialmente dispersas que facilita la Red.

La etnografía y la interacción cara a cara

Uno de los principales problemas con que nos topamos cuando diseñamos un estudio etnográfico en Internet es el de encontrar una forma de interacción con los sujetos del estudio adecuada al propósito etnográfico. Tradicionalmente, la etnografía se ha caracterizado por considerar la interacción cara a cara como la más apropiada: el investigador viaja al lugar y, en presencia física, se comunica directamente con los participantes de su estudio. Antes de que las comunicaciones mediadas por ordenador tuvieran gran alcance, la “comunicación mediada” se veía como insuficiente para permitir al investigador contrastar sus ideas a través de su inmersión en el campo. Para incorporar interacciones mediadas en un proyecto etnográfico es necesario considerar los fundamentos de esta metodología y, especialmente, su dependencia de las interacciones cara a cara. Y hoy en día, las posibilidades de las interacciones mediadas nos permiten repensar ese rol de la presencia física como fundamento de la etnografía. Es más, estamos en posición de evaluar qué aspectos concretos de la interacción cara a cara hacen convincente el análisis etnográfico tradicional, así como explorar las potencialidades que hay en reconceptualizar la noción de “auténticidad” en este tipo de estudios. Para ello es menester estudiar las interacciones mediadas, no desde perspectivas externas o fundamentos apriorísticos, sino en los términos en que estas ocurren.

La reconsideración de las interacciones cara a cara aquí discutidas está fundamentada en la “crisis representacional” descrita por Denzin (1997). La publicación de *Writing Culture* (Clifford y Marcus, 1986) supuso un hito en el creciente reconocimiento de que las descripciones etnográficas no era una representación transparente de la cultura estudiada. Se alegaba que los productos escritos de la etnografía son, en todo caso, narrativas o relatos sustentados en la experiencia de

algunos investigadores y en convenciones empleadas para mantener la atención y dar un halo peculiar de autoridad a sus redacciones (Van Maanen, 1988). La etnografía, vista como una “institución de cuenta-cuentos” (Van Maanen, 1995), produce historias más o menos convincentes que no necesariamente se corresponden con la existencia de alguna cultura “real” preexistente. Independientemente de la sinceridad con que se cuente, la etnografía es, desde este punto de vista, siempre selectiva. Las monografías también se consideraron “construcciones textuales de la realidad” (Atkinson, 1990), de manera que esta perspectiva permite analizar la importancia de la interacción cara a cara a través del análisis del rol que ésta juega en las narraciones por el hecho de que el etnógrafo ha permanecido en el lugar durante un tiempo prolongado. La primacía de la *presencialidad* en la etnografía puede comprenderse a partir de la reflexión sobre cómo la producción etnográfica entendida como una narración textual veraz. Se ha sustentado tradicionalmente en el viaje, la experiencia y la interacción. Esta reflexión es particularmente útil en nuestro caso como forma de evitar juicios *a priori* sobre la riqueza (y la adecuación etnográfica) o no de los medios de comunicación, una asunción que ha probado ser problemática aplicada a las CMO (capítulo II).

El viaje ha jugado un papel importante en la construcción de la autoridad etnográfica. Los días en que el antropólogo confiaba en relatos de segunda mano y en historias de anécdotas contadas por viajeros se consideran ahora como “los malos viejos tiempos”, ya que el etnógrafo no estaba suficientemente imbuido en lo que ocurría como para producir un análisis que hiciese justicia a su profesión y, en muchos casos, corría el riesgo de extraviarse en las re-representaciones de terceros. Kuper (1983) describe la “revolución Malinowskiana” en la etnografía como el asentamiento de un compromiso por fundir el trabajo de campo y la teoría bajo una misma figura, la de aquel que iba, veía, registraba y también analizaba. Así, el concepto de “viaje” mantiene un papel importante y distintivo de la etnografía con respecto a otras perspectivas analíticas. En palabras de Van Maanen:

Se ha vuelto cada vez más problemático que el trabajador de campo realmente “haga el viaje” conceptual. Pero el desplazamiento físico sigue siendo un requisito. (1988, pág. 3)

Aquí, Van Maanen parece referirse al problema del etnógrafo que se lleva consigo sus asunciones y marcos analíticos, con lo cual fracasa en su intento por abordar el campo en sus propios términos, como se supone que tendría que hacerlo. Si bien para este autor desplazarse físicamente no es garantía de distanciarse conceptualmente, llegar al espacio de trabajo es prerrequisito para la tarea etnográfica. Lo que aún no está claro es qué es lo que hace que tal desplazamiento sea tan determinante. Podemos encontrar algunas claves en los análisis de los modos a través de los cuales los etnógrafos describen su experiencia de viajes y encuentros. El papel que juega el desplazamiento en la consecución de la autori-

dad en un estudio de este tipo es abordado en el análisis que Pratt desarrolla sobre "historias de encuentro" en los relatos etnográficos:

Estas [historias de encuentro] son cruciales para anclar la descripción de manera intensa y con la autoridad pertinente de la experiencia de campo (...) Se encargan siempre de rendir cuentas, de preparar las posiciones iniciales de los sujetos del texto etnográfico: investigador, nativo y lector. (1986, pág. 32)

El desplazamiento, desde este análisis, es lo que da significado a la relación entre el escritor y los lectores y lectoras del texto etnográfico y los sujetos de la investigación. En otras palabras, los detalles que ofrece el etnógrafo acerca de su inmersión en el campo nos invitan, como lectores, a asumir que el relato está verdaderamente anclado en la experiencia. Junto al "viaje" está también la noción de "traslación" (Turner, 1980): no es suficiente con llegar al lugar, sino que también hay que "volver a casa" con la historia a cuestas. Esos son los relatos que alcanzan a tener un efecto de autoridad etnográfica, a diferencia de aquellos que se construyen entre el autor y el lector, pues uno ha estado donde el otro no. Cabe aquí notar que las críticas hechas a *Adolescencia y cultura en Samoa* (1943), de Margaret Mead, se basaron en observaciones de otro etnógrafo, que también estuvo bastante tiempo en el lugar y experimentó una realidad cultural distinta a la descrita por ella (Freeman, 1996). La autoridad de la crítica se sustenta en el viaje de Freeman, mientras que cualquiera que no haya podido estar en el lugar, probablemente jamás hubiese alcanzado niveles de detalle y convencimiento en una refutación.

La etnografía en Internet no implica necesariamente moverse de lugar. Visitar sitios en la Red tiene como primer propósito vivir la experiencia del usuario, y no desplazarse, tal como sugiere Burnett cuando indica que "se viaja mirando, leyendo, creando imágenes e imaginando" (1996, pág. 68). Internet permite al etnógrafo sentarse en una oficina, o en su mismo despacho, y explorar espacios sociales. Los etnógrafos de Internet, en vez de ensuciar sus despachos con tierra y polvo de lugares lejanos, pueden llegar a desgastar el escudo universitario del tapiz de sus sillas. Eso no implica, en ningún caso, que desaparezca la relación entre el investigador y su lector. Baym (1995c) tiene su propia versión de una historia de encuentro, como la tiene también Correll (1995). Ambos se concentran no en las formas físicas que emplearon para llegar a un sitio, sino en los modos en que negociaron el acceso a él, observando las interacciones y comunicándose con los participantes. Estas descripciones conforman una relación en la que el etnógrafo forma parte de esa experiencia extensa y sólida del sitio de campo; experiencia que el lector difícilmente podría tener (además de una distancia analítica que los participantes, en principio, no son capaces de compartir). En este sentido, los preámbulos metodológicos no son nada inocentes a la hora de sustentar la autoridad etnográfica y en efecto, como veremos, el capítulo IV de este trabajo no

está simplemente para contar lo que hicimos, sino para convencer a nuestros lectores y lectoras de que hicimos algo que nos confiere la suficiente autoridad como para hablar de ello. Dispositivos tales como el glosario técnico, al final del libro, demuestran el grado de competencia del etnógrafo con respecto al lenguaje local, tal como hacen los glosarios incluidos en las etnografías llevadas a cabo en lugares distantes y con lenguas diferentes. Con o sin desplazamiento físico, la relación entre el etnógrafo, el lector y los sujetos de la investigación se mantiene en el texto etnográfico. Quien hace la etnografía mantiene una posición singular para explorar el campo, basada en su experiencia y capacidad de interacción.

El mantenimiento de la autoridad del texto etnográfico, del contraste entre el etnógrafo y el lector, no depende sólo del desplazamiento físico sino también de la experiencia. Otra vez, tenemos el contraste con "los viejos tiempos" en que los etnógrafos se mantenían en la veranda (convenientemente cerca de sus informantes, pero no demasiado) sin hacer una total inmersión en el campo. En palabras de Van Maanen, acerca del género de los relatos realistas, "la convención consiste en lograr que la experiencia inexplicada del trabajo de campo se convierta en la base de la autoridad textual" (1988, pág. 47). En algunos casos, esta experiencia junto al sentido de la cultura que ha desarrollado su investigador alimentan la etnografía escrita de formas mucho más extensas:

No es que la experiencia del trabajo de campo tenga un poder misterioso, pero sin ella la etnografía no encontraría el contexto –los olores, sonidos, signos, tensiones emocionales, etc.– de la cultura, que intenta evocar en el texto escrito. (Wolf, 1992, pág. 128)

A partir de estas observaciones va emergiendo un sentido de la presencia etnográfica en el que "estar ahí" es una experiencia singular. El etnógrafo que ha estado en el lugar, se constituye como el actor con la autoridad para interpretar, por encima del lector, cuyo deseo de comprensión no puede sustentarse en la experiencia de haber estado allí. Los lectores dependen siempre de las descripciones del etnógrafo. La autoridad no es transferible; reside solamente, y siempre, en el etnógrafo que estuvo allí. Tampoco es transferible esa autoridad, desde este modelo, a los sujetos del estudio, por más que puedan decir que también han estado en el lugar. El sujeto de la investigación carece de la visión analítica del etnógrafo y, así, no puede coexistir en un espacio analítico donde sólo el etnógrafo puede decir que estuvo allí, pero de un modo especial. Los etnógrafos están solos en el espacio analítico desde el cual sostienen su autoridad. Con respecto a esto, Turner ha indicado que "el campo' puede ser interpretado como un espacio –o mejor, una actitud– que, lejos de ser neutral o inerte, es resultado de 'tecnologías disciplinarias'" (1989, pág. 13). Se puede intentar ceder parte de este espacio

como un ejercicio de coautoría, tal como describe McBeth (1993), pero la llave de paso está siempre en manos del etnógrafo.

Rosaldo (1989) ha destacado que la experiencia también es vital para el etnógrafo en otro sentido. Describe este autor que se es incapaz de comprender el tumulto de dolor y rabia que siente el participante hasta no sufrir, uno mismo, un dolor intenso en medio de la rabia. Esto coloca en primer plano la necesidad de la experiencia y la participación para una amplia comprensión. El etnógrafo no es simplemente un viajero o un observador desvinculado sino que, hasta cierto punto, es un participante que comparte las preocupaciones, emociones y compromisos de los sujetos de investigación. Que su experiencia se haga extensiva depende también de las interacciones que desarrolle, de su constante cuestionamiento acerca de lo que implica la comprensión etnográfica de un fenómeno. Otro aspecto de la autoridad que la etnografía obtiene de la interacción cara a cara es la de yuxtaponer las interpretaciones etnográficas con las de los nativos y permitir que éstas se alteren o modifiquen mutuamente.

La definición de etnografía como participación, empleada por Hammersley y Atkinson (1995, pág. 2), destaca el factor interactivo de este tipo de estudios. Aquí, el investigador no sólo observa de cerca los fenómenos, sino que interactúa con los participantes, y les hace preguntas hasta llegar a una idea de los aspectos de la vida, tanto desde la acción como desde la observación. En palabras de Pratt, la etnografía se distingue de otros tipos de viaje, y de las perspectivas de otros tipos de viajero:

En casi cualquier etnografía aparece, de vez en cuando, la figura de "observadores casuales" o "simples viajeros", de aspecto poco animado, que vienen simplemente a exponer sus superficiales preocupaciones para ser corregidas o corroboradas por el científico riguroso. (1986, pág. 27)

Al menos parte de esta distinción viene de presuponer que la etnografía es un intento activo de análisis que envuelve algo más que empaparse en la atmósfera local. Para Wolf:

Hacemos investigación. No sólo contamos lo que nos ocurre por el simple hecho de estar en un lugar exótico. Es más que eso. (1992, pág. 127)

Para el etnógrafo la interacción implica también cierta apertura hacia hechos inesperados que ocurrán durante el trabajo de campo. Estando allí, participando y viviendo la experiencia, quien hace etnografía se abre al aprendizaje:

El trabajo de campo del etnógrafo es auténtico en la medida en que entra en la vida de un extraño y transita por su comunidad desconocida, y termina durante un tiempo y de manera impredecible transformándose en parte activa de las relaciones de esa comunidad. (Van Maanen, 1988, pág. 9)

Una vez más, hemos regresado a la interacción directa como componente intrínseco de la etnografía. Lo importante de la presencia física, para Van Maanen, está en que obliga al etnógrafo a participar en los eventos y las interacciones. Un investigador que se sitúe en la posición de observador invisible (caso un merodeador cultural) dejaría el contexto tan intacto como sus propias interpretaciones, jamás puestas a prueba en la práctica. Aquí se sugiere que el investigador, al abrirse a lo impredecible del estudio del campo, permite que al menos parte de su agenda se organice alrededor de elementos contextuales. Esta defensa de una voz neutral que habla por el campo se ha utilizado para dar mayor autoridad al etnógrafo, para Pratt, genera además una paradoja para la descripción etnográfica:

La narrativa personal media esta contradicción entre el nivel de implicación que conlleva el trabajo de campo, y el de alejamiento requerido para alcanzar la descripción etnográfica. Al menos atenúa la angustia que esto genera, al insertar dentro del texto etnográfico la autoridad de la experiencia personal alrededor de la cual se construye la investigación. Así se logra recuperar, al menos, parte de lo que fue exorcizado en el proceso de conversión del encuentro cara a cara en ciencia objetiva (1986, pág. 33)

El etnógrafo del ciberespacio puede, evidentemente, fisionear de forma que el de a pie no puede. En un contexto físico, un observador está siempre marcado por su diferencia, incluso aunque guarde total silencio, caso radicalmente diferente del de los merodeadores del entorno virtual, quienes pueden pasar desapercibidos. Ahora bien, adoptar el merodeo equivale a renunciar al argumento de autoridad etnográfica basada en el análisis sustentado en la participación, y tanto Baym (1995c) como Correll (1995) dejan siempre claro que sus hallazgos son resultado de la observación y la interacción.

Correll (1995) enfatiza que, además de su trabajo *online*, ha conocido algunos de sus informantes personalmente para verificar algunas de las afirmaciones que hicieron sobre sus vidas *offline*. Si bien esta práctica se presenta como una triangulación que otorga cierto carácter de autenticidad, también puede ser visto como un paso hacia el holismo etnográfico. En su caso de estudio concreto, el grupo mantenía reuniones *offline* periódicamente, convención que Correll aprovechó ampliamente, pero lo cierto es que muchos habitantes del ciberespacio, ni se han conocido personalmente, ni tienen la intención de hacerlo. Invitar a los participantes de un estudio a acudir a una reunión cara a cara, coloca al etnógrafo en una posición asimétrica pues estaría empleando medios más variados y diferentes para comunicarse y comprender a sus participantes; medios que ellos no emplearían entre sí. En una etnografía convencional –de las que requieren desplazamiento físico– el etnógrafo mantiene una situación simétrica con respecto a sus informantes, los cuales también pueden mirar a su alrededor, preguntar e interpretar por sus propios medios, aunque sea improbable que analicen resultados del

mismo modo o publiquen libros sobre el tema. El etnógrafo sencillamente explota su rol de extraño, de "nuevo" en una cultura que se ha propuesto estudiar deliberadamente, para entender lo que otros dan por supuesto. Luego, si la simetría consiste en que el etnógrafo emplee los mismos recursos y medios de comunicación que sus sujetos de la investigación, corremos el peligro de caer en la siguiente paradoja: por un lado, contactar cara a cara con informantes virtuales podría garantizar cierta autenticidad por vía de la triangulación (Silvermann, 1993; Hammersley y Atkinson, 1995); pero por otro, un encuentro presencial amenazaría la autenticidad de *la experiencia del mundo virtual en los términos en que lo vienen nuestros informantes*. En vez de presuponer que la comunicación presencial es intrínsecamente mejor para una etnografía, podríamos añadir un poco de sano escepticismo y optar por la *presencialidad*, cautelosa y sensiblemente, según los usos que nuestros mismos informantes le atribuyan.

Pero la cuestión central aún se mantiene: ¿pueden verse como auténticas las interacciones en el espacio electrónico si el etnógrafo no puede confirmar aquello que sus informantes le han transmitido sobre sus vidas *offline*? Planteada así, la pregunta asume una idea concreta de lo que es una persona y de su autenticidad. Aquí está claro que se trata de la correspondencia entre la identidad representada en la interacción con el etnógrafo, y la que aparece en otros lugares bien sean reales o virtuales, lo cual presupone una noción de identidad singular, ligada a una visión particular del cuerpo. Para Wynn y Katz (1997), hay críticas muy elaboradas de esta noción singular de identidad, sin necesidad de recurrir a las nuevas tecnologías. La noción de "persona" puede tomarse como un atajo que conviene para llevar a cabo una serie de acciones más o menos coherentes en relación con un cuerpo y una biografía particulares. Y sería tremadamente útil aprovechar esto para prestar más atención a los modos en que las nuevas tecnologías podrían alterar las condiciones en que se desenvuelve la identidad, sin pasar necesariamente por ideas de correspondencia y coherencia (Meyrowitz, 1985). Los estándares de autenticidad no tendrían que ser tomados en cuenta como absolutos, sino como negociados y sostenidos situacionalmente. La autenticidad, por tanto, es una manifestación más de la regla según la cual "el fenómeno siempre se escapa" (Silvermann, 1993, pág. 201). La búsqueda de un conocimiento realmente auténtico de las personas o de los fenómenos está destinada a su irresolución. Y el propósito del etnógrafo no tendría que ser, en todo caso, importar un criterio externo para juzgar si es seguro creer en lo que dicen los informantes, sino comprender cómo los informantes valoran la autenticidad, lo cual implicaría aceptar que "el informante" es una figura parcial y no una identidad total.

En vez de tratar la autenticidad como un problema particular del ciberespacio que el etnógrafo tiene que resolver antes de llegar al análisis, sería más útil colocarla en el ciberespacio, como un tópico, en el corazón central del análisis. Asumir *a priori* que la autenticidad constituye un dilema para los habitantes del ciberespacio sería equivalente al error etnográfico cometido cuando se asumió que los Azande tenían dificultades para lidar con las contradicciones inherentes a

sus creencias sobre la brujería. Son aspectos que solo tendrían que ser considerados del modo y en la medida en que surgen en las mismas interacciones. Las nociones de autenticidad e identidad serán revisadas nuevamente, en el capítulo VI, a la luz de la exploración etnográfica de un evento en Internet.

A pesar de esta transformación de la cuestión de la identidad de un problema del etnógrafo a un tópico de la etnografía, hay que decir que la etnografía debe cumplir siempre con criterios de autenticidad que difieren de los que prevalecen en las interacciones sobre el terreno, puesto que la etnografía es, en última instancia, producida y evaluada en un contexto académico (Stanley, 1990). De hecho, la tarea que ocupa al etnógrafo es la traducción de los estándares de autenticidad de un tipo de discurso a otro.

Texto, tecnología y reflexividad

Hemos descrito Internet como un espacio de interacción que, de alguna manera, sí es accesible a la investigación etnográfica aunque no esté basado en la comunicación cara a cara, puesto que asumimos que lo que ocurre allí son interacciones sociales. Empero, el ciberespacio puede ser entendido como un compuesto de textos más que de interacciones, arguyendo que no hay una línea que delimita con precisión ambos conceptos. Tal distinción resulta útil siempre que introduzca diferentes ideas sobre lo que constituye y caracteriza ambos fenómenos: la interacción tiende a ser vista como una actividad que requiere la co-presencia de las partes implicadas, así como el rápido intercambio de perspectivas que lleven a logros comunes entre ellas (aunque, por supuesto, su comprensión no sea totalmente transparente); mientras que podríamos pensar el texto como una forma de interacción empaquetada que se mueve de un lugar a otro. Mientras que la interacción hablada es efímera (a menos que la trasciba un científico social) y local, los textos son portátiles, susceptibles de ser trasportados lejos de las circunstancias en que se han originado y, por esto, hacen posible una separación entre su producción y su consumo. Es obvio que los periódicos, los programas de televisión, los memorandos, la correspondencia, las cintas de audio y video o los discos pueden ser trasportados: están "empaquetados" de tal forma que pueden ser transferidos de una persona a otra. Ante la necesidad de clarificación el lector no cuenta con el autor: el punto neurálgico del consumo de textos está mucho más en el trabajo interpretativo de quienes leen que en los significados compartidos entre autor y lector. Hoy más que nunca, existe la tendencia a no ver los textos como soportes transparentes de los significados elaborados por sus autores y autoras, y es en este sentido que podríamos ver Internet como una colección de textos que vienen y van. Desde esta perspectiva, el uso de Internet se reduce concretamente a un proceso de leer y escribir, y el trabajo del etnógrafo consiste en desarrollar una comprensión de los significados que subyacen a estas prácticas alrededor de los textos.

Resulta poco interesante establecer qué aspectos de Internet deben ser considerados como espacios interactivos o como textos. Lo importante, en todo caso, es tener presente que ambas dimensiones pueden coexistir. Es indudable que algunas instancias parecen ser más interactivas que otras, como es el caso de los *chat*, *dominios multiusuario* o grupos de noticias, que pueden ser muy interactivos e incluso acercarse a la informalidad de las conversaciones habladas. Si bien, por ejemplo, en los grupos de noticias, no todas las contribuciones son visiblemente reconocidas, suficientes personas reciben tantas respuestas como para tener la impresión de participar en una conversación. Que los primeros etnógrafos de Internet no hayan tenido dificultad para ver estos espacios como adecuados a su investigación, como planteamos en el capítulo II, no implica que el *World Wide Web* no presente serios desafíos metodológicos para todo aquel que esté interesado en analizar sitios interactivos. En contraste con los grupos de noticias, la WWW parece ser una inmensa colección de textos básicamente estáticos (por más que algunos cuenten con aplicaciones interactivas o listas de discusión). Los textos de páginas interactivas pueden enlazarse entre sí y cambiar con el tiempo pero, vistos individualmente, no facilitan ninguna entrada fácil para la interacción del etnógrafo, quien podría terminar paseando por una serie de sitios, recopilando información, y creando su propia página web de respuesta, lo cual se alejaría bastante de los estándares de conocimiento que hemos venido describiendo, basados en la experiencia, la participación y la interacción. Podría decirse que la etnografía llega hasta (y no pasa de) el punto en que la tecnología permite la interacción entre el investigador y los participantes de su estudio y que, por lo tanto, la World Wide Web es parcial y limitadamente compatible con el estudio etnográfico. Valdría la pena, en este sentido, detenerse en los modos en que los textos han sido empleados por los etnógrafos y superar ese obstáculo en el futuro.

Tradicionalmente, mientras que las interacciones verbales han sido fundamentales para la etnografía, los textos han adoptado un rol secundario en tanto productos culturales: productos de valor, siempre que revelen algo acerca del entorno oral de la cultura en estudio. Hammersley y Atkinson (1995) interpretan este apoyo en las *interacciones orales* como una parte de la "herencia romántica" de la etnografía, que tiende a otorgar mayor autenticidad al discurso —a la palabra dicha que a la palabra escrita. Estos autores sugieren que los textos, sin embargo, merecen un cuidado más detallado, y que la valoración sobre su autenticidad debería quedar de lado. En vez de entender los textos como representaciones más precisas y detalladas de la realidad, podrían verse como materiales etnográficos que nos hablan de la comprensión que tienen sus autores de la realidad en la que viven. Los textos son parte importante de la vida en muchos entornos que los etnógrafos han venido visitando, e ignorarlos conllevaría una visión tremadamente parcial de las prácticas culturales. Protocolos de reglas, manuales, biografías, registros científicos, estadísticas oficiales y códigos de prácticas pueden ser material etnográfico en tanto presentan y dan forma a una realidad sustentada en prácticas concretas. Para el etnógrafo, por ende, no se trata de apartarse de los textos porque le

parezcan descripciones distorsionadas, ni de aceptarlos como verdades incuestionables, sino de sustentarse en las "competencias sociales" que subyacen al acto de leer y escribir, interpretando así los escritos como artefactos culturales socialmente situados (1995, pág. 174).

Thompson (1995) también ha enfatizado la importancia de combinar una visión de los textos (en este caso, mediáticos) con las comprensiones situadas de esos textos. La "cuasi-interacción mediada", como él la llama (1995, pág. 84), es facilitada por textos de medios de comunicación cuya movilidad permite formas de interacción. Tales formas de interacción tienen como consecuencia la separación de tiempo y espacio entre productores y consumidores, uno de los rasgos fundamentales para el análisis de los efectos sociales de los medios de comunicación. Thompson subraya que, si bien las interpretaciones simbólicas o semióticas del contenido de los textos pueden ser de utilidad, es igualmente importante tomar en cuenta las prácticas de lectura y escritura que dan sentido a esos textos. Por su parte, Hammersley y Atkinson (1995) y Thompson (1995) concuerdan en que el análisis del texto necesita tomar en consideración el contexto en que este se produce. Sólo de esta manera se pueden lograr juicios sensibles y culturalmente instruidos acerca de su significado. De hecho, sólo así podemos determinar el estatus de cualquier descripción de la realidad. Esto no conlleva necesariamente hacer juicios de veracidad o falsedad, sino que permite una visión del texto como la descripción de un autor situado, que genera el escrito dentro de un entorno cultural, así como de una audiencia, también situada, que interpreta su trabajo desde otros contextos. El análisis etnográfico de los textos, por tanto, tendría que tomar en cuenta sus circunstancias particulares de producción y consumo. Dicho de otro modo, el texto adquiere significado etnográfico (y social) una vez que tenemos el contexto social donde situarlo.

Swales (1998) ha desarrollado un modelo, llamado *textograffa*, donde intenta combinar el análisis textual interpretando su relación con otros textos y las circunstancias de producción de sus autores. Este autor sostiene explícitamente que su trabajo está siempre parcializado y que es incapaz de dar cuenta de las "complejas situacionalidades" que conforman sus influencias "personales, institucionales y disciplinarias" (1998, pág. 142). Ciertamente, tal énfasis estratégico en una producción textual deja de lado muchos otros aspectos. La postura parcial de Swales selecciona, por ejemplo, una muestra espacial concreta: el edificio universitario ocupado por tres departamentos distintos. En virtud de la proximidad espacial entre ellos, se pueden observar, en ese caso, las distintas prácticas disciplinarias y encubiertas que rodean la producción de textos. A través de entrevistas con sus autores y observaciones en sus ambientes laborales, se describen prácticas que los autores pueden reconocer pero que, hasta el momento, no han podido advertir ni expresar. Esas prácticas disciplinarias se sustentan en vínculos textuales entre diferentes sitios, y esos vínculos textuales actúan a través de documentos que se estudian y utilizan para generar trabajos, tales como referencias, modelos de redacción, etc. Así, además del entorno de trabajo de los autores,

Swales indica la existencia de un segundo contexto que es el *intertextual*, que adquiere forma entre los mismos escritos. La disciplina hacia la cual se orientan los autores estudiados por Swales adquiere su forma, finalmente, en los textos y a través de los textos que la constituyen: una conclusión que refuerza aún más el estudio enmarcado en espacios bien delimitados de trabajo, como un edificio universitario ocupado por tres departamentos. Quizás podamos expandir el ejemplo y pensar que el contexto inter-textual de Internet nos brinda, por una parte, un espacio en el cual se inserta el trabajo de "autores de páginas web" y, por otra, un entorno al cual esos autores dirigen sus productos.

En el caso de Internet, asociar textos a los contextos sociales en que fueron producidos es relativamente sencillo. Es posible aproximarse a autores individuales de páginas web según las interpretaciones y prácticas presentes en sus trabajos. Es más, una vez fijado un sitio para el trabajo de campo, el etnógrafo podría seguir su progreso y evolución explorando las interpretaciones de sus autores con respecto a las capacidades de la tecnología y a la identidad de la audiencia a la que dirigen su trabajo. La incursión podría apoyarse, además, en un análisis de contenidos de la página resultante. Toda esta etnografía, físicamente localizada, permitiría echar luz sobre Internet como un depósito de textos, más que como un espacio de interacciones sociales. La *Web-graffia*, como una *textografía* de Swales, sería una forma estratégicamente orientada y parcial de etnografía, un abordaje detallado sobre las influencias y asunciones que anteceden la producción de una página en la World Wide Web y, definitivamente, una tarea más interesante que el análisis de páginas web aisladas. No obstante, esta aproximación no termina de alejarse de lo convencional, por cuanto nos mantiene atados a una localización física bien enmarcada, totalmente circunscritos al estudio de las influencias que recaen sobre un contexto del trabajo. En virtud de estas restricciones, este enfoque no puede considerar las implicaciones espaciales de las interacciones mediadas, ni abordar las complejidades que se juegan en la incorporación y facilitación de textos (o interacciones), que hace posible Internet, a través de localizaciones físicas, cuestión que revisaremos en la próxima sección acerca de la constitución de los objetos etnográficos.

Si bien hemos caracterizado los grupos de noticias como entornos interactivos y, en esa medida, accesibles a la etnografía, interpretar "textualmente" las contribuciones allí presentes también puede brindarnos interesantes posibilidades de análisis. Atender principalmente esta dimensión textual nos llevaría a centrar nuestra atención en las estrategias para justificar las contribuciones, en la construcción del sentido de autoridad, y en las identidades que desempeñan quienes participan. Vista así, la etnografía requeriría de una instancia de análisis que tenga en cuenta la naturaleza ambivalente del discurso sobre el cual opere. En el análisis del discurso, la realidad que aflora en los textos ha de ser evaluada en sus propios términos, sin recursos externos o asunciones previas al texto mismo (Potter y Whetstone, 1987; Potter, 1996). Nuevamente, la distinción entre texto e interacción se hace borrosa: el material de análisis del discurso se basa en registros de las

interacciones, así como elaboraciones individuales. Está claro que este recurso se concentra en la realidad construida en los textos, lo cual le ha valido serias críticas por no proveer de mecanismos para verificar la validez de sus interpretaciones. Frente a tales críticas, Potter ha replicado que, incluso en el caso de que un análisis sea erróneo, se facilita la fuente original a los lectores y lectoras, de modo que puedan sacar sus propias conclusiones:

En cualquier caso, esta postura democratiza en un sentido muy importante la interacción con la academia, por cuanto el lector no está inevitablemente a expensas de la sensibilidad o la perspicacia del etnógrafo. (1996, pág. 106)

Para fragmentos de texto individuales esto podría funcionar, pero cuando hablamos de un cuerpo complejo de textos o materiales, tal democratización recarga a los lectores y lectoras con un doble trabajo de análisis pues tendrían que considerar la interpretación del investigador además de la propia. Y aunque a menudo suela parecerlo, no siempre se leen textos académicos con el propósito de descubrir que el autor se ha equivocado y sustituir sus interpretaciones por las propias. La accesibilidad a los datos tampoco implica su democratización; estos textos suelen construirse desde determinada posición de autoridad, y ni siquiera los analistas del discurso están eximidos de esto. La aplicación de perspectivas discursivas a textos en Internet, en vez de sustituir la etnografía, bien podría generar una convivencia mutuamente beneficiosa, manteniendo la ambivalencia analítica que conlleva la cuestión de qué es "en realidad" el fenómeno estudiado. Combinando estas dos perspectivas, sin embargo, seguimos siendo incapaces de tratar el problema de la invisibilidad: tanto los interlocutores que prefieren mantenerse en silencio, como los autores potenciales que optan por no escribir, quedan fuera del análisis.

Hammersley y Atkinson (1995) prestan considerablemente más atención a los autores de textos que a sus lectores. Indudablemente, esto se debe en parte a los problemas que conlleva hacer etnográficamente visibles las interpretaciones de los textos. Es mucho más sencillo estudiar el trabajo de los productores que el de los consumidores: los primeros encarnan sus preocupaciones en las tecnologías que producen, trabajo que es totalmente visible y observable, a diferencia de los segundos, usuarios que no necesariamente dejan su marca en la tecnología que emplean. Claramente, y como se suele hacer, un etnógrafo podría intentar hacer visible lo invisible, interrogando a sus sujetos de estudio o explorando escenarios con sus informantes. Para encontrar la visibilidad deseada el investigador tendrá que profundizar en las interpretaciones de sus informantes, siempre a riesgo de ser criticado por parcial o sesgado. Una opción ante la invisibilidad etnográfica del trabajo interpretativo o encarnado está en incorporar una comprensión más reflexiva (Cooper *et al.*, 1995). El etnógrafo podría emplear su participación activa en Internet como una herramienta reflexiva de base para una comprensión más

profunda del medio. La reflexividad, desde tal propuesta, puede ser una respuesta estratégica al silencio de algunos usuarios de la Red o fingones. También puede servir para adquirir y analizar las "competencias socializadas" que Hammersley y Atkinson (1995, pág. 174) sugieren que es lo que buscan los etnógrafos. Aprendiendo a utilizar Internet, y empleándola para llegar al sitio adecuado de extracción de datos, los etnógrafos cuentan con su propia práctica de recolección de datos, como dato en sí mismo. Como sugerimos en el capítulo anterior, si bien el investigador no puede esperar conocer *todas* las prácticas de los usuarios, al menos puede vivir la experiencia y comprender qué implica ser un usuario.

Tradicionalmente, se previene a los etnógrafos acerca del peligro de "convertirse en un nativo más", o de perder la capacidad de escepticismo necesario para fijarse en aquellos aspectos que sus informantes viven inadvertidamente. Si el etnógrafo termina dando también por obvios esos aspectos, pierde su talante de analista o comentarista cultural. Este tipo de inseguridades, aún firmemente presentes en la versión realista de la etnografía, pueden explicar la reticencia de algunos investigadores a hacer una inmersión total en las prácticas de sus informantes, manteniéndose en una franja que va de la observación a la participación. De ahí, tal vez, que los etnógrafos con frecuencia desarrollem las competencias de sus informantes, de manera limitada, como si fuese garantía de mantener algo de distancia y extrañeza respecto de ellos. Con regularidad, en los períodos para entrenarse y acercarse al conocimiento de los informantes, es imposible que el etnógrafo desarrolle suficientemente sus destrezas sin afectar (e incluso distraer) a sus sujetos de estudio. En el caso de Internet, sin embargo, los obstáculos relativos a las competencias no son tan temibles: un mar de contribuciones existentes entre páginas web y grupos de noticias hace pensar que no puede ser tan difícil dominar las competencias necesarias. Para el etnógrafo, el proceso de hacerse competente en el uso de Internet es una forma de conocer su grado de dificultad y de qué forma se hace más fácil o difícil esta tarea. En lugar de suponer una barrera para el necesario extrañamiento del etnógrafo, la competencia en el uso de Internet adquiere múltiples significaciones. Aprender las habilidades para desenvolverse en Internet puede ser, en efecto, la base de una exploración reflexiva acerca de lo que es utilizar Internet; y también puede ser una forma de desarrollar una lectura enriquecida de las prácticas que sustentan tanto la producción como el uso de artefactos en la Red. Con el cuidado (o escepticismo) apropiado, hay buenas razones para que un etnógrafo adquiera las competencias del internauta. El proceso necesario para dar con sitios adecuados, y con los materiales de trabajo a recopilar, constituyen en sí mismos objetos de estudio etnográfico.

La reflexividad que venimos discutiendo es una aplicación estratégica, un método para interrogar el campo de estudio que podría incluso ser incorporada con relativa comodidad en la perspectiva realista como una manera de dar más autenticidad a las interpretaciones profundas acerca de lo que implica ser miembro de una cultura. Sabemos que el término "reflexividad", no obstante, está ampliamente cuestionado quizás por ser un concepto de acepciones precisas y, a

la vez, significaciones muy dispares entre distintos entornos disciplinarios (Woolgar, 1991b). En algunos contextos, la reflexividad tiene una relación áspera con el realismo. La factualidad y objetividad de las aseveraciones etnográficas, cuando se yuxtaponen con ideas acerca de la construcción social del saber, generan no pocas sospechas. Además, como venimos planteando aquí, la reflexividad no sólo se aplica al trabajo del investigador o el etnógrafo, sino a la metodología como un todo, con lo cual, replantearse cuestiones acerca de la naturaleza construida del conocimiento nos arrastra hacia una interesante paradoja: el conocimiento etnográfico también puede ser una construcción cultural. Esta aseveración es particularmente obvia justamente para quienes hacen etnografía de la producción de conocimiento, cuyo trabajo —alegan ellos— consiste en describir, objetivamente, cómo las creencias de los científicos acerca de un hecho objetivo son, en realidad, el resultado de un proceso social. Si el conocimiento se interpreta como una construcción social, la etnografía es la que menos posibilidades tiene de ser la excepción, pues la validación de sus aseveraciones, en tanto representación "real" de la realidad, se torna sospechosa.

Para lidiar con esta paradoja se han destacado tres estrategias. La primera de ellas consiste en rehabilitar la comprensión que tienen los propios participantes de su cultura y situarla en el mismo plano que las explicaciones del etnógrafo. Esto supone balancear o mejor dicho reequilibrar la anterior descompensación que daba al etnógrafo la autoridad, por encima de las descripciones nativas. Esto podría requerir cierta sensibilidad de parte del etnógrafo hacia los modos en que sus sujetos de investigación entienden su propia cultura:

Incluyendo y concentrándose en los modos en que las personas perciben y definen el espacio cultural en que viven, así como el lugar que ocupan en él, estos estudios toman las distinciones entre los puntos de vista externos e internos como procesos de vida que son contingentes con respecto a los contextos concretos en que se producen. (Hastrup y Olwig, 1997, pág. 11)

Esta perspectiva sobre la reflexividad retira los privilegios a las descripciones del etnógrafo, borrando los límites entre las interpretaciones de éstos y las de sus informantes. Ambas siguen siendo diferentes, pero ninguna es particularmente privilegiada.

La segunda opción está en concentrar la atención sobre el etnógrafo e interpretar las perspectivas particulares, historias y puntos de vista que lo llevaron a describir de determinada forma su contexto de investigación. Esta vía implicaría una especial atención sobre la influencia que puedan tener tanto las presuposiciones como las posiciones culturales del etnógrafo sobre la forma de su descripción. En este sentido, la reflexividad opera como un dispositivo sensibilizador, un contrapeso a la tendencia etnográfica a representar "objetivamente" una realidad. Algunos confunden este tipo de reflexividad con indulgencia, un *cul-de-sac* auto-reflexivo (Moores, 1993, pág. 4) en el que el etnógrafo termina infor-

mando al lector más sobre sí mismo que sobre la cultura que se supone que estudia. La reflexividad también puede ser utilizada como estrategia de análisis sensible a buscar las diferencias entre las interpretaciones de los etnógrafos y las de sus sujetos de estudio. Moores reconoce el valor estratégico de las referencias que Walkerdine (1986; 1990) hace de su propia biografía a la hora de comprender una actitud personal y diferenciarla de la reacción de su familia de estudio ante una película que vieron todos juntos. La etnografía, en fin, puede ser un proceso de auto-descubrimiento en el que la reflexividad puede jugar un papel estratégico de desarrollo de la autoconciencia.

La tercera alternativa consiste en incorporar la asimetría que sustenta la autoridad etnográfica al texto como tal. Ante la opción "políticamente correcta" de considerar la importancia de la reflexividad tanto de los miembros de la cultura en estudio como del etnógrafo, algunos investigadores han preferido una perspectiva más "epistemológicamente correcta" para la etnografía. En el ámbito teórico que defiende la naturaleza social de la producción del conocimiento, cuyas fuerzas se deben en buena medida a etnografías elaboradas en laboratorios científicos (Potter, 1996), algunos han afrontado el desafío y se han propuesto superarlo desde sus propias prácticas. La "corrección epistemológica" pasa por admitir la naturaleza construida de las descripciones, lo cual ha abierto el camino a una serie de perspectivas de representación de etnografías que buscan establecer un diálogo con sus lectores desde su realidad construida y contingente (Woolgar, 1991b). Reconociendo que "escribir" es un acto constructivo y no un reflejo directo de la realidad experimentada, Denzin (1991b) ha indicado una variedad de nuevas maneras de escribir etnografías.

Las tres posturas anteriormente descritas, aunque se asocian a diferentes compromisos políticos e historias disciplinarias, no son mutuamente excluyentes. No se puede decir que con ellas se agote toda posibilidad de transformación creativa del proyecto etnográfico, una vez abandonado el camino del realismo. De hecho, los etnógrafos, más recientemente, han comenzado a explorar las posibilidades que brindan los hipertextos y el multimedia para extender el acceso a materiales de trabajo y facilitar a los lectores el desarrollo de narrativas propias empleando esos materiales (Dicks y Mason, 1998; Snack, 1998). La etnografía que se presenta en este libro sigue preservando un estilo bastante convencional: mi experiencia me ha llevado a querer decir algunas cosas, sin querer mostrar una "realidad verdadera", ni censurar aquellos aspectos que puedan afirmarse desde una postura realista. En parte, esto se debe al escepticismo que he asumido ante la existencia de nuevas representaciones en la etnografía (Traweek, 1992), pues no tengo claro que esas formas de entender la etnografía no se solapen con las posibles interpretaciones de mi trabajo. Marcus y Cushman (1982) han identificado seis posibles lecturas de la etnografía: la de los especialistas, la de la antropología general, la de científicos sociales que no sean antropólogos, la de estudiantes, la de lectores orientados a la acción, y la popular. Quienes leen este libro pueden pertenecer a cualquiera de esas audiencias, siempre que se reemplace el área de

especialidad antropológica por una nueva categoría de especialista en el ciberespacio. Los modos de representación pueden ser opciones estratégicas, que dependen de la postura asumida por quien lea (sin olvidar que el texto etnográfico se construye por el lector o la lectora). Aquí, he adoptado las ideas de Hammersley, en tanto:

La forma de describir un objeto dependerá no sólo de las decisiones acerca de lo que creamos cierto, sino también de los juicios de relevancia que hagamos. Y estos últimos dependen, a su vez, de los propósitos de la descripción. (1990, pág. 609)

Las formas de escribir, así como las estrategias de familiarización o distanciamiento, dependen de lo que asumamos como familiar o extraño para la audiencia; y estos serán aspectos irremediablemente selectivos (Rosaldo, 1989). Esta postura sugiere una aproximación que explícitamente reconoce la necesaria selectividad de toda descripción y su carácter construido, y deja claro que este es el tipo de descripción que yo he elegido ofrecer, teniendo en cuenta el contexto de las cuestiones que a mí me han parecido importantes. La etnografía que presentaré en los próximos tres capítulos no es ni "verdad" ni "ficción"; es la descripción de un campo de interacciones sociales construido etnográficamente. El hecho que sea una etnografía y no cualquier otra representación de lo real no implica que sea menos sincera, por más que la sinceridad haya dejado de tener importancia en nuestros alegres tiempos postmodernos. Lo importante es contemplar en el análisis las circunstancias que nos llevan a contar esta historia, acerca de este objeto, tal y como acontece en sus propios tiempos y formas. Como dice Woolgar:

En resumen, necesitamos interrogarnos permanentemente y dar con el extraño proceso de representación mientras lo vivimos. Este tipo de reflexividad es el verdadero etnógrafo del texto (1991b, pág. 28).

Una manera de abordar esta cuestión ha consistido en comparar mis propias prácticas interpretativas y representacionales con las de mis informantes. Otra forma de dar cuenta de cómo alcanzamos una historia etnográfica particular es observando los modos en que el objeto etnográfico se constituye. Mientras los etnógrafos del pasado, o de otros entornos, pudieron contar con contextos delimitados de observación y acción, el concepto de trabajo de campo en Internet ya no es tan claro. En la próxima sección analizaremos las oportunidades que esto presenta.

La constitución del objeto etnográfico

El énfasis tradicional de la etnografía en el trabajo de campo en lugares remotos y claramente delimitados tiene algunas implicaciones importantes en la constitución del objeto etnográfico. Efectivamente, los objetos que se producen y estudian etnográficamente, sus comunidades y sociedades, han sido extensamente interpretados en términos espaciales (Clifford, 1992). Si bien los etnógrafos han sido siempre profundamente sensibles a las influencias de contactos externos, sus trabajos de campo enfatizan una noción de cultura como algo local, una "unidad manejable", esculpida dentro de los límites de aquello que es "en sí mismo evidente" dentro del contexto en que ésta existe (1992, pág. 98). Lo mismo pasa con proyectos más sustantivamente fundamentados, de los cuales se ha ocupado con más frecuencia la sociología. Silverman (1993) utiliza los trabajos de Gubrium y Holstein para mostrar que, mientras pensamos en el hogar como un lugar idóneo para el trabajo de campo sobre las relaciones familiares, existen múltiples espacios donde tales relaciones toman forma, tales como programas de televisión, juzgados o foros sobre políticas públicas. La elección de sitios de observación, por lo general, se basa en el sentido común sobre aquellos fenómenos que nos proponemos explorar, y está intrínsecamente ligada a nuestras ideas sobre el lugar donde suponemos que estos acontecen, ya sea la actividad de corte técnico en el caso de la programación de un *software*, o más científico como sería trabajo experimental (Low y Woolgar, 1993; Knorr-Cetina, 1992).

La tendencia a considerar el campo como un lugar para incursionar refuerza la idea de que la cultura es algo que existe dentro de los límites de un espacio físico dado. Esta idea se exacerbaba desde las raíces mismas de la antropología, sus estudios sobre comunidades aisladas y su práctica continua de focalizarse en regiones geográficas. La idea misma de "campo", que evoca aquel lugar en el que el etnógrafo se introduce para luego retornar, atribuye implícitamente al investigador la función de "vínculo" entre dos universos, dos culturas separadas, un "nosotros" y un "ellos" (Ferguson, 1997). De esta manera, el mundo visto a través de los ojos de la etnografía, se convierte en un "mosaico de culturas distintas y únicas" (Hastrup y Olwig, 1997, pág. 12). Desde posiciones más cercanas a la sociología, el objeto etnográfico puede definirse de una forma más sustantiva: la escuela, una esquina de calle, el quirófano médico, el laboratorio. Este objeto, no obstante, sigue atado a su locación física y mantiene el propósito de describir la vida que allí acontece. Cuando se aplican estrategias etnográficas dentro de la sociología cobra vida una investigación sustantiva cuyas fronteras físicas o institucionales están delimitadas por el interés etnográfico (Hammersley, 1990).

Con la creciente saturación mediática a nivel mundial y el aumento de la inmigración, la antropología se viene preocupando cada vez más por revisar la noción de cultura en tanto instancia delimitada en el espacio (Clifford, 1992). Cada vez más, las culturas parecen estar relacionadas, conscientes unas de otras, y conectadas a través de la movilidad física tanto de personas como de cosas (Appadurai, 1996;

Gupta y Ferguson, 1992; Marcus, 1995). Es más, áreas enteras de la antropología, los estudios culturales, la sociología y la geografía se han "saturado del vocabulario de la movilidad" (Thrift, 1996a, pág. 297). Este nuevo acento brinda a los etnógrafos la oportunidad de explotar esa conciencia reflexiva, producto de la inter-visibilidad de las diferentes localizaciones culturales. Hoy, el balance de la autoridad en las descripciones etnográficas ha cambiado sutilmente porque es más difícil creer que el etnógrafo/viajero tenga privilegios únicos gracias a su habilidad para ver a través de diferentes entornos culturales.

En el actual mundo postcolonial, la noción de una cultura auténtica como un universo autónomo e internamente coherente, ya no se mantiene en pie, salvo tal vez como una "ficción útil" o una simple pero conveniente distorsión. Viéndolo en retrospectiva, parecería que sólo un esfuerzo disciplinario concertado es capaz de mantener la débil fantasía de una cultura auto-contenida. Con la creciente interdependencia global, está cada vez más claro que ni el "nosotros" ni el "ellos" cuentan con la homogeneidad ni la claridad de límites que tuvieron en el pasado (Rosaldo, 1989, pág. 217).

Si bien los avances teóricos no siempre se han visto acompañados por cambios de orientación metodológica (Hastrup y Olwig, 1997), recientemente ha habido esfuerzos considerables por lidiar con las implicaciones de la conectividad y las interrelaciones como algo necesario para el estudio etnográfico. La preocupación por los fenómenos *trans-locales* en la etnografía ha sido particularmente notable en los estudios de la ciencia y la tecnología (Franklin, 1995) así como en los estudios culturales y de los medios (Radway, 1988). De ahí han surgido dos respuestas diferentes (aunque relacionadas entre sí) al tema de la interconectividad cultural. Una consiste en buscar nociones más ricas, profundas y holísticas de articulación de fragmentos culturales en localizaciones particulares (Radway, 1988; Abu-Lughod, 1997; Hirsche, 1988). Basándose en los principios de los estudios de producción y consumo mediáticos, estos autores cuestionan las nociones particulares de "audiencia" que emergen de los estudios de recepción de un texto o de una tecnología mediática concreta. En su argumento, tales estudios no consideran los múltiples discursos, identidades y localizaciones que envuelven esas "audiencia" o esos "consumidores". Ahora, buscar una visión más holística también comporta algunas dificultades, y es en cierto modo difícil concordar con autores como Ang (1996), que sugieren que el mejor camino para ir más allá en los estudios de recepción es entregarse a la parcialidad que los caracteriza (en varios sentidos). La sola idea de un estudio holístico, en un contexto dado, es una ficción disciplinaria incapaz de reconocer la inevitable parcialidad y selectividad de cualquier descripción etnográfica (Hammersley, 1990; Stanley, 1990). Y es que, de hecho, es imposible dar cuenta de la interconectividad en su totalidad: ¿cómo podría haber un estudio holístico de un espacio cuyos límites son inestables y operan apenas ocasionalmente? ¿Cómo determinar dónde termina lo local y empieza lo global?

Como una estrategia, y dejando de lado las aspiraciones desmedidas de una descripción holística, una aproximación multi-dimensional podría tener su atractivo, indudablemente, para el estudio de instancias como Internet. Un complemento útil para el estudio del universo *online*, que trata Internet como una esfera cultural separada, sería el análisis de los contextos de relaciones sociales *offline* o *presenciales* en los que ésta se articula y transforma. Con ello, se lograría una explicación mucho más rica sobre los usos de Internet y los modos en que las relaciones locales conforman su uso en tanto tecnología y, también, como contexto cultural. Podríamos considerar cómo los entornos domésticos y laborales se han transformado gracias al ingreso de un nuevo contexto, provisto por Internet, así como la influencia de las preocupaciones locales en la transformación de ese contexto. Podríamos, hasta cierto punto, estudiar la interrelación entre diferentes noción de contexto, provistas tanto por el entorno local como por Internet. Trasladar el centro de estudio de Internet a entornos presenciales, en vez de quedarse en los universos *online*, podría ser una opción estratégica de beneficios claros y cuantiosos. Sin embargo, resulta difícil ver en qué medida este abordaje podría dar algo más que una impresión general sobre la espacialidad de Internet, así como de los modos en que las relaciones dentro de ella se organizan por las interacciones y construcciones de sitios separados. Dar preeminencia a la locación geográfica terminará siempre interpretando Internet como una tecnología y dejando de lado sus características en tanto contexto cultural. Para nuestros propósitos es necesario abandonar las pretensiones holísticas y dedicarnos a esta conectividad como principio organizador. Detrás de esta propuesta subyace el intento por permanecer agnósticos acerca de cuál será el sitio más adecuado para la exploración de Internet.

Han sido notables los esfuerzos de Olwig y Hastrup (1997) y de Marcus (1995) por romper la dependencia que liga la etnografía a lugares bien delimitados, proponiendo centrarse en la conectividad en vez de en el holismo. Los primeros sugieren que se necesita una nueva sensibilidad ante las formas a través de las cuales se constituye y se hace practicable el espacio. Esto puede suponer ver el campo como un "campo de relaciones", más que "un lugar", de manera que aunque el etnógrafo siga partiendo de un lugar concreto, puede seguir las conexiones que adquieren sentido a partir de ese contexto inicial. La sensibilidad etnográfica se abocaría hacia comprender cómo determinados lugares cobran sentido y visibilidad. Desde esta perspectiva, la etnografía se definiría por el seguimiento de estas conexiones, más que por la estancia en determinado lugar durante un periodo de tiempo. Por su parte, Marcus sugiere que la etnografía podría (y talvez debería) darse a la tarea de "examinar la circulación de significados culturales, objetos e identidades en un tiempo-espacio difuso" (1995, pág. 96). Ante la ausencia de espacios delimitados, este autor identifica una serie de estrategias para que los etnógrafos construyan sus campos de trabajo, dentro de las cuales se incluyen el seguimiento de personas, cosas, metáforas, narrativas, biografías y conflictos. Tal heterogeneidad de conceptos hace pensar que la tarea no es nada

fácil y que, el etnógrafo que siga los consejos de Marcus tendrá que someterse a la cruel incertidumbre de nunca saber cuándo se está en el campo. Entre los problemas que él mismo reconoce acerca de una etnografía multi-situada está la posibilidad de que el resultado se diluya entre las angustias de perder todo compromiso con el campo, algo que quebraría sin reparo cualquier estudio de este tipo. En todo caso, el nivel de implicación personal adquirido con una inmersión prolongada en un lugar concreto quedaría parcialmente a salvo, gracias a la capacidad del etnógrafo para moverse por un panorama tan heterogéneo y a los vínculos diferenciales que ello posibilitaría y requeriría. Puede hallarse ejemplos de este tipo de sensibilidad en el trabajo de Martin (1994) acerca del concepto de *sistema inmune*, y en el trazado etnográfico que hace Heath (1998) de las transformaciones del síndrome de Marfan entre múltiples localidades y artículaciones. Ambos estudios fueron explícitamente multi-situados, descritos como exploraciones "en más de un lugar", y enfocadas fundamentalmente en las conexiones y transformaciones. Los dos trabajos muestran cómo los conocimientos situados, en tanto procesos de recombinación y rearticulación en función de la movilidad, tienen relaciones complejas y a veces impredecibles.

Con extrema frecuencia, una vez en el campo, tendemos a investigar cómo las cosas se constituyen en tanto partes de una unidad cultural. Nos centramos en lo local, lo contextual, lo interrelacionado y coherente. La descripción etnográfica, en sí misma, tiende a hacer del campo un espacio homogéneo (Friedman, 1997), y es posible que atendiendo así a estos sitios, locales o lugares, dejemos fuera otras maneras de comprender la cultura desde sus conexiones, su heterogeneidad, su diferencia e inclusive su incoherencia. Con ello perderíamos la oportunidad de considerar el peso que tiene el espacio en la estructuración de relaciones sociales (Thrift, 1996a). Como ha señalado Castells (1996a; 1996b; 1997) una nueva forma de espacio adquiere cada vez mayor importancia en la estructuración de estas relaciones. Se trata del espacio como una instancia de flujos que, a diferencia del espacio en tanto lugar, se organiza alrededor de la conexión y no sobre la localización; flujos de personas, de información o de dinero, que circulan entre nodos que, a su vez, conforman una red de asociaciones cada vez más independientes de la ubicación local. El concepto de espacio de flujos será revisado en el capítulo V. Conformémonos por ahora con sugerir que la organización de las relaciones sociales no necesariamente tiene que basarse en el contexto local; al menos no de forma directa ni obvia. Por analogía, el campo de la etnografía podría convertirse en el estudio de espacios de flujos, y estructurarse alrededor de las conexiones más que sobre lugares concretos y delimitados.

El surgimiento de la etnografía multi-situada, concebida como una exploración por medio de la experiencia interactiva y comprometida de la conectividad, comporta interesantes innovaciones para el estudio de Internet, ofreciéndonos la posibilidad de diseñar estudios de los enlaces, tan comunes dentro del ciberspacio y a su alrededor, sin obligarnos a preconcebir una noción determinada de "enlace". Ya en el capítulo II discutimos qué tan sólidas son las descripciones de Internet

como cultura, basadas en contextos sociales delimitados como grupos de noticias y dominios multi-usuario. Sugerimos que sustentar la etnografía estrictamente en los límites aparentemente indiscutibles de estos espacios, podría costar el sacrificio de ciertos potenciales de la metodología, expresamente en lo referente a su capacidad para investigar, precisamente, cómo se delimitan estos espacios sociales y qué rol juegan las interacciones entre diferentes sitios. Así, las etnografías *online* rompen con la noción de “*espacialidad*” en las comunidades para concentrarse en los procesos culturales en vez de en los lugares físicos. Puede parecer, sin embargo, que con esto minimicemos la importancia de las conexiones en el universo *offline* o físico. Las nociones des-espacializadas de comunidad no garantizan, por sí solas, una adecuada consideración de la complejidad de las conexiones que posibilitan las nuevas tecnologías. Para ello, necesitaríamos cambiar el enfoque de los límites (estáticos, localizados) a las redes y conexiones (Strathern, 1996). Atendiendo a las sugerencias de Strathern, el etnógrafo podría seguir las conexiones prestando atención a los modos en que, estando todas ellas disponibles en teoría, encuentran límites en la práctica, auto-restringiéndose lo que sería una red de extensión infinita. El hecho de que el universo *online* esté separado del *offline*, de una u otra manera, es parte intrínseca de la etnografía; no una presuposición. La etnografía conectiva vuelve su atención del “estar ahí” al “llegar ahí” (Clifford, 1992). Podemos observar lo que hacen las personas en sus páginas web y en los mensajes que envían a sus grupos de noticias, y preguntar: ¿qué significado tiene para ellas ese espacio trasversal, y qué se logra con él? Dejar atrás la frontera entre lo *offline* y lo *online*, como primera barrera del análisis, nos permitiría jugar un rol que atravesará (creará y sostendrá) las formas en que las conexiones se ensamblan.

Este enfoque conectivo no implica asumir que no existan espacios delimitados en Internet, ni que “estar ahí” pierda toda relevancia. Como apuntan Clifford (1992) y Featherstone (1995), prestar especial atención al viaje no implica asumir que todas las personas sean viajeras ni que desaparezcan quienes pertenecen a un lugar. Se trata más bien de preservar, en el marco de esta etnografía conectiva, cierto grado de escepticismo acerca de la existencia “real” de lugares y categorías. En vez de catalogar las características de la comunicación por Internet, el etnógrafo virtual no se pregunta qué es Internet sino cuándo, dónde y cómo es (Moerman, 1974). En efecto, esta perspectiva podría ser de utilidad para otros enfoques más basados en el espacio físico. El *World Wide Web*, como la conglomeración de sitios culturales interconectados, y de conexiones culturales, podría servir de modelo para este nuevo modo de dirigir la mirada etnográfica al campo. De ahí no se sigue, necesariamente, que navegar la web sea equivalente de compromiso etnográfico, aunque hacer seguimiento a los enlaces hipertextuales pueda ser parte de una estrategia. La conectividad adquiere forma entre los materiales e imágenes que facilitan otros sitios y medios, autores y lectores de sitios, las representaciones de Internet en otros medios, y una miríada de formas por conocer. La conexión podría también hacer las veces de yuxtaposición de elementos en una

narrativa: la organización de páginas que producen los buscadores, o la serie de hipervínculos de una página web como instancia de comunicación entre dos o más personas. El propósito de la etnografía se convertiría, entonces, en explorar lo que son esos vínculos, cómo se constituyen y qué transformaciones provocan en la ruta, cual si fuesen una bola de nieve (Bijker, 1995), sensible a su misma heterogeneidad. Cada botón de enlace invita al etnógrafo a seguir adelante, lo cual implicaría un compromiso activo con la exploración y la interacción, en vez de con aquel análisis textual que aún depende de cierta dosis de distanciamiento.

Aceptar una noción multi-situada o conectiva de la etnografía abre muchos caminos diferentes al diseño y conducción de proyectos de investigación. Las alternativas y movimientos pueden lograrse sobre la base de decisiones a veces arbitrarias, que dictan la forma y los límites del objeto etnográfico resultante. Del amplio espectro de sitios y fuentes de estudio de Internet a los que se accede, se confía más en aquellos intuitivamente más relevantes. Un primer intento por catalogar sitios en los que Internet se constituye e interpreta, resultaría en la siguiente lista (no exhaustiva):

- Páginas web
- Descripciones de páginas web
- Instrucciones sobre cómo crear páginas web
- Programas de ayuda para la creación de páginas web
- Revistas de páginas web
- Informes mediáticos sobre eventos en Internet
- Revistas y suplementos dedicados a Internet
- Descripciones ficcionalizadas de tecnologías relativas a Internet
- Lugares de venta de ordenadores
- Desarrolladores de software
- Bolsas de valores
- Grupos de noticias
- Dominios multi-usuario (MUD)
- Chats (IRC)
- Videoconferencias
- Descripciones de las características y propósitos de grupos de noticias
- Materiales de introducción y publicidad de proveedores de servicios de Internet
- Buscadores y portales de enlace en Internet
- Hogares y espacios de trabajo donde Internet se emplea, así como las prácticas que rodean su uso
- Cursos de informática
- Conversaciones entre amigos, familias y colegas
- Estudios académicos sobre Internet, como este.

Frente a semejante listado, la empresa de entender Internet holísticamente, como un todo, resulta cuando menos errática. Por más intensamente que trabaje quien se embarque en ella, estará destinado a tener siempre una experiencia parcial (Thornton, 1988). El reto que veremos en el próximo capítulo consiste en incorporar tantos de estos sitios y fuentes como sea practicable, preservando en todo momento la coherencia, acaso explícitamente parcial, de un acercamiento etnográfico. Contaremos la historia de un viaje a través del cual Internet adquirió una forma, siguiendo las conexiones motivadas por los problemas prefigurados que vimos en el capítulo I.

Los principios de la etnografía virtual

En este capítulo y el anterior se ha revisado la literatura sobre la metodología etnográfica. He considerado necesario este recuento para desarrollar una perspectiva de abordaje de Internet que contemple la complejidad que ofrece esta forma mediada de interacción. En los próximos tres capítulos intentaré echar luz sobre las conclusiones alcanzadas en esta revisión bibliográfica a través de la descripción de un proyecto diseñado para ponerlas en práctica. Sería valioso, antes, reiterar los principios de la etnografía virtual que fundamentan el experimento que pasaremos a describir.

1) La presencia sostenida del etnógrafo en su campo de estudio, combinada con un compromiso profundo con la vida cotidiana de los habitantes de ese campo, dan pie a ese tipo de conocimiento especial que llamamos etnográfico. El investigador es capaz de utilizar sus interacciones a lo largo del tiempo para "reducir la extrañeza" (Geertz, 1993, pág. 16) que puedan ocasionarle las formas de vida de otras personas. A la vez, la etnografía puede ser un dispositivo para inducir esa misma sensación de extrañamiento al "dislocar el sentido de familiaridad que esconde el misterio de nuestras habilidades para relacionarnos perceptivamente entre las personas" (Geertz, 1993, pág. 14). Así, la etnografía virtual funciona como un módulo que problematiza el uso de Internet: en vez de ser inherentemente sensible, el universo WWW adquiere sensibilidad en su uso. El estatus de la Red como forma de comunicación, como objeto dentro de la vida de las personas y como lugar de establecimiento de comunidades, pervive a través de los usos, interpretados y reinterpretados, que se hacen de ella.

2) Los medios interactivos nos desafían y nos dan la oportunidad de hacer etnografía, pues sacan a relucir la cuestión relativa al "sitio de interacción". El ciberespacio no necesariamente tiene que ser visto como un lugar apartado de cualquier conexión con la "vida real" o de la interacción cara a cara. Internet se conecta de formas complejas con los entornos físicos que facilitan su acceso, a la

vez, que depende de tecnologías que son empleadas de modos particulares según contextos determinados, y que son adquiridas, aprendidas, interpretadas e incorporadas en sus espacios de ocurrencia. Estas tecnologías muestran un alto grado de flexibilidad interpretativa. Los medios interactivos como Internet, pueden entenderse de ambos modos: como cultura y como artefactos culturales. Concentrarse en cualquiera de estos aspectos a expensas del otro conllevará siempre una visión pobre del problema.

3) El crecimiento de las interacciones mediadas nos invita a reconsiderar la idea de una etnografía ligada a algún lugar en concreto o, inclusive, a múltiples espacios a la vez. Estudiar la conformación y reconfiguración del espacio, a través de interacciones mediadas, representa en sí una gran oportunidad para la perspectiva etnográfica. Más que multi-situada, podríamos pensar convenientemente en la etnografía de la interacción mediada como fluida, dinámica y móvil.

4) Como consecuencia de lo anterior es necesario replantear el concepto de campo de estudio. Si la cultura y la comunidad no son productos directos de un lugar físico, entonces la etnografía tampoco tiene por qué serlo. El objeto de investigación etnográfica puede reformularse, convenientemente, para centrarse en los flujos y las conexiones en vez de en las localidades y los límites como principios organizadores.

5) Los límites no son asunciones *a priori*, sino que se exploran en el curso de la etnografía. El reto de la etnografía virtual consiste en examinar cómo se configuran los límites y las conexiones, especialmente, entre lo "virtual" y lo "real". Este problema arrastra consigo la cuestión de saber cuándo detenerse, o hasta dónde llegar. Abandonar por motivos analíticos la noción de etnografía (y/o de cultura) como situada entre fronteras naturales hace posible dejar atrás la idea de una etnografía total de un objeto dado. Detener el proceso de incursión etnográfico es una decisión pragmática. El mismo objeto estudiado puede reformularse con cada decisión, sea esta la de establecer una nueva conexión o de revisar los pasos que nos han conducido hasta un punto concreto de desarrollo. El objeto etnopráctico está delimitado, en la práctica, por los límites del etnógrafo en términos de tiempo, espacio o ingenuidad.

6) Junto a la dislocación espacial viene la temporal. La implicación personal con contextos mediados se entremezcla con interacciones en otras esferas y otros medios. La etnografía virtual es un intersticio en el sentido de que convive entre varias actividades, tanto del investigador como de los participantes del estudio. Y la inmersión en el contexto se logra apenas intermitentemente.

7) La etnografía virtual es irremediablemente parcial. Una descripción holística de cualquier informante, locación o cultura es algo imposible de lograr, por lo que la noción del informante, lugar o cultura preexistente, enteramente aislable y descriptible, tiene que quedar atrás. Nuestras descripciones pueden basarse en ideas de relevancia estratégica para el análisis y no en representaciones fieles a realidades dadas por objetivas.

8) La etnografía virtual implica una intensa inmersión personal en la interacción mediada. Este tipo de implicación adhiere una nueva dimensión a la exploración del uso de un medio en su contexto. El compromiso del etnógrafo con el medio constituye una valiosa fuente de reflexión. La etnografía virtual puede extraer información útil del investigador en tanto informante, desde una dimensión reflexiva. La conformación de interacciones con informantes a través de la tecnología es parte del trabajo etnográfico, como lo son las interacciones entre el etnógrafo y la tecnología.

9) Las nuevas tecnologías de la interacción permiten que los informantes aparezcan dentro de la etnografía y a la vez, que estén ausentes. Del mismo modo, el etnógrafo puede estar ausente o presente junto a sus informantes. La tecnología facilita que estas relaciones puedan desplazarse o sostenerse a través de diferentes divisiones espaciales y temporales. Todas las formas de interacción son etnográficamente válidas, no sólo las que implican una relación cara a cara. La conformación de un objeto etnográfico, en tanto esté posibilitada por tecnologías accesibles, es la etnografía *en lo virtual, de lo virtual, y a través de lo virtual*.

10) Esta etnografía no sólo es virtual en el sentido de carecer de cuerpo físico. La idea de virtualidad también lleva la connotación de "easi" pero no del todo, muy adecuada para propósitos prácticos, aunque no sea estrictamente la realidad (cabe notar que esta definición de virtualidad a veces es dejada de lado por alternativas más de moda). La etnografía virtual se adapta al propósito, práctico y real, de explorar las relaciones en las interacciones mediadas, aunque no sean "cosas reales" en términos puristas. Es una etnografía adaptable según las condiciones en que se encuentre.

Los principios que van del 1 al 9, deberían ser fácilmente aceptables a partir de la lectura del presente capítulo y el anterior, o como derivados de las tendencias etnográficas allí discutidas. El principio 10, en cambio, probablemente necesite de mayor explicación. La etnografía ha sido siempre amoldable a las condiciones en las que se practique y puede que de allí venga la típica renuencia de los etnógrafos a dar consejos a quienes inician un trabajo de campo. No hay una estructura de reglas que seguir para llevar a cabo una etnografía perfecta; ni siquiera definir los componentes fundamentales de la aproximación etnográfica sirve de mucha ayuda. El punto de enfoque de la etnografía, a la hora de estudiar una cultura, requiere de adaptabilidad y de la posibilidad de cuestionar preconcepciones iniciales. Para adaptar la metodología a las circunstancias de la virtualidad, están los principios que van del 1 al 9.

Parecería que estamos frente a una contradicción, pues el principio 10 podría ser capaz de echar por tierra todos los anteriores. Ciertamente, la adaptación y adecuación permanente a los propósitos de una investigación puede implicar adoptar principios en sí problemáticos. Existe aquí un cambio temporal. La mayoría de los lectores de etnografías reconocerán el resultado de esos trabajos como construcciones posteriores a los eventos que describen; si bien puede haber una

superposición de eventos y tareas, éstas transcurren principalmente dentro de un proceso lineal de planificación, recolección de datos, análisis y redacción. Esta última parte de escritura, en raras ocasiones refleja esa secuencia de eventos; en efecto, las consideraciones metodológicas que surgieron durante la fase de recolección de datos pueden quedar, en la redacción, como precedentes e incluso justificantes de las decisiones adoptadas. Este texto no es diferente en cuanto a las libertades que se toma con respecto a esta secuencia temporal. Los principios metodológicos aquí detallados surgieron a través del desarrollo de la etnografía que presento a continuación, a medida que se me iba clarificando la imagen de lo que debería ser una etnografía adaptada al contexto de Internet. En este sentido, el principio 10, aunque último en número, resultó fundamental para el resto. Es más, los hace posibles. Lo que mantiene la etnografía viva en contexto y relevancia es justamente su adaptación y permanente auto-interrogación. Después de todo, si estamos suficientemente de acuerdo en que las tecnologías son apropiadas e interpretadas de formas diferentes según los contextos en que son empleadas, ¿por qué la etnografía iba a permanecer inalterable ante sus contextos de aplicación? Sería paradójico que fuese más rígida que las mismas tecnologías que intenta examinar. En el próximo capítulo describiré el proyecto etnográfico que da sustento a este libro a través de un estudio de caso y retornaré sobre algunas de las decisiones que fundamentan los principios aquí listados.