

La mediación tecnológica
en la práctica etnográfica

La mediación tecnológica en la práctica etnográfica

ELISENDA ARDÈVOL, ADOLFO ESTALELLA
DANIEL DOMÍNGUEZ
(Coordinadora/es)



**EUSKO
IKASKUNTZA**



Eusko Jauriaritzako erakunde autonomiaduna
Organismo Autónomo del Gobierno Vasco



**Gipuzkoako Foru Aldundia
Diputación Foral de Gipuzkoa**

El XI Congreso de Antropología, convocado por la FAAE, organizado por Ankulegi y celebrado en la UPV-EHU, Campus de Gipuzkoa, ha recibido apoyo económico de las siguientes entidades: Dirección para la Igualdad de la Universidad del País Vasco/Euskal Herriko Unibertsitatea; Emakunde-Instituto Vasco de la Mujer; Consejería de Educación, Universidades e Investigación del Gobierno Vasco; Dirección General de Promoción y Difusión Cultural de la Diputación Foral de Gipuzkoa, Kutxa, Eusko Ikaskuntza, Ayuntamiento de Donostia, Ministerio de Educación y Ciencia, Fondos Feder y Consejo Superior de Investigaciones Científicas.

Edita

ANKULEGI antropologia elkarte

Portada

Elena González Miranda

Equipo editorial

Comisión de Publicación ANKULEGI

(Iñaki Arrieta, Maggie Bullen, Fabricio Cajas, Nuria Cano, Rosa García, Jone Hernández, Elixabete Imaz, Rocío Ochoa, Adriana Villalón, Isusko Vivas)

Impresión

Fotocopias Zorroaga S.L.

© de los textos e imágenes: los autores y las autoras

© de la edición: ANKULEGI antropologia elkarte

I.S.B.N. 13-978-84-691-4957-7

DL/LG: SS-1103-2008

ÍNDICE

Elisenda Ardèvol, Adolfo Estalella y Daniel Domínguez

Introducción: la mediación tecnológica en la práctica etnográfica ... 9

Ángel Díaz de Rada

La mediación computacional de la comunicación y la lógica de la investigación etnográfica: algunos motivos de reflexión 31

Sérgio Luiz Pereira da Silva y Maria da Conceição Francisca Pires

Identidades visuales: vídeo y fotografía en las formas de representación de la identidad de Río de Janeiro 39

M. Cristina Carrillo Espinosa

La fotografía y el video como documentos etnográficos en el caso de la migración ecuatoriana 49

Nadja Monnet

Tecnologías digitales y escritura etnográfica 65

Juan Ignacio Robles

Publicaciones digitales: oportunidad y riesgo para la difusión de la producción etnográfica audiovisual 81

José da Silva Ribeiro

Estratégias mediadas de construção e apropriação de saberes em Antropología 99

Miquel Àngel Ruiz Torres

Ciberetnografía: comunidad y territorio en el entorno virtual 117

José Ignacio Pichardo Galán

Etnografía y nuevas tecnologías: reflexiones desde el terreno 133

Lluís Anyó

Identidad y videojuego: aplicación de la “Grid Group Cultural Theory” a la etnografía virtual 151

Begonya Enguix Grau

“Gendered sites”: géneros en Internet 167

Edgar Gómez Cruz

Imagen pública-privada y ética: reflexiones desde una investigación etnográfica sobre las prácticas de fotografía digital 183

INTRODUCCIÓN: LA MEDIACIÓN TECNOLÓGICA EN LA PRÁCTICA ETNOGRÁFICA

ELISENDA ARDÈVOL
Universita Oberta de Catalunya

ADOLFO ESTALELLA
Internet Interdisciplinary Institute
Universita Oberta de Catalunya

DANIEL DOMÍNGUEZ
UNED

1. DE LA MEDIACIÓN EN LA PRÁCTICA ETNOGRÁFICA

Las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) han supuesto para la antropología la aparición de nuevos objetos de estudio. Los antropólogos y las antropólogas han comenzado a indagar en el uso de cámaras digitales en la vida cotidiana, la participación del teléfono móvil en la gestión de las relaciones sociales o el desarrollo de todo tipo de actividades a través de Internet. Pero estas tecnologías no sólo están presentes en la vida cotidiana de las personas sino que han sido incorporadas por los antropólogos y las antropólogas en su misma práctica científica. La cámara fotográfica, el video, las listas de distribución o los buscadores de Internet comienzan a ser utilizados cada vez más habitualmente por los antropólogos en su trabajo de campo.

Quizás un caso especialmente representativo de esta doble dimensión de las TIC como objeto de estudio y como instrumento integrado en la práctica científica lo constituye Internet. La interacción mediado por ordenador y la aparición de comunidades virtuales constituyen el primer objeto de estudio etnográfico, en el cual el medio de realizar la etnografía y su objeto de estudio coinciden. Desde que a finales de la década de los noventa Internet fuera constituido como un objeto legítimo para la etnografía (Escobar, 1994; Miller y Slater, 2000; Hine, 2000) –y pese a que siga siendo aún una cuestión controvertida

(Hine, 2005) – los etnógrafos de Internet¹ se han enfrentado a considerables problemas metodológicos en el desarrollo de su trabajo de campo.

Las particularidades de los colectivos estudiados, el tipo de interacción que media en las relaciones y el contexto que configuran, han llevado a mucho autores a revisar algunos de los conceptos fundamentales de la etnografía, como el de campo (¿cuál es el campo en el análisis de una sala de chat?), y subsiguientemente el de acceso al campo (y por supuesto, abandono); el de presencia del etnógrafo en el campo (¿qué significa estar presente al analizar un grupo de bloggers?), o el de participación (¿qué significa participar cuando se analiza las relaciones que se establecen a través de una red social de contactos?). Diversos autores han considerado justamente esta situación como una oportunidad para repensar y reflexionar sobre algunos de los aspectos fundamentales sobre los que se asienta la etnografía (Hine, 2000; Escobar, 1994), e incluso las ciencias sociales mismas (Hine, 2005).

Pero además de promover la reflexión teórica sobre la etnografía, el estudio de Internet ha llevado al desarrollo específico de métodos y técnicas de investigación tanto para la etnografía (Hine, 2000; Dicks et al., 2008) como para las ciencias sociales (Hine, 2005). Propuestas como la etnografía conectiva (Hine, 2007) o la etnografía en red, “network ethnography” (Howard, 2002) –dejando al margen la discusión sobre si constituyen formas diferentes de hacer etnografía– aportan estrategias metodológicas específicas que pueden ser incorporadas en el trabajo de campo de muchos otros etnógrafos que no realicen específicamente una investigación centrada en Internet. En otras ocasiones se trata de propuestas que pretenden trasladar técnicas clásicas a Internet, como las entrevistas por medio de correo electrónico o mensajería instantánea, o los grupos de discusión a través de foros electrónicos; mientras que en otras ocasiones se trata de técnicas específicas como el análisis de la web-esfera, “websphere analysis” (Schneider y Foot, 2005).

¹ Utilizamos el concepto “etnografías de Internet” para referirnos a toda una serie de enfoques etnográficos diversos con denominaciones que van desde “etnografía virtual”, “etnografía digital”, “ciberetnografía”, “etnografía online”, etc.

Nos encontramos entonces con Internet, como objeto de conocimiento, o como objeto (instrumento) para la producción de conocimiento. Una dimensión que se hace extensiva al resto de tecnologías de la información y la comunicación. Por ejemplo, el uso de cámaras digitales constituye tanto un objeto de estudio para los etnógrafos (Okabe y Ito, 2006), como una práctica que ellos mismos desarrollan en su trabajo de campo (Mason y Dick, 2001); y de la misma manera el teléfono móvil se convierte en objeto de análisis (Lasén, 2006) o en instrumento para mantener las relaciones en el campo (Norman, 2000).

Así pues, planteamos una doble dimensión para las tecnologías de la comunicación y la información: las TIC median las relaciones de los colectivos que investigamos: inmigrantes que usan cámaras de video, usuarios de teléfonos móviles, jugadores de videojuegos, etc.; y son tecnologías que median en la producción y representación del conocimiento elaborado por el etnógrafo: la cámara en manos de un antropólogo visual, el cuestionario colgado en Internet por un etnógrafo, la página web donde se representa audiovisualmente una etnografía, etc. Las tecnologías se constituyen entonces en objetos para ser indagados y en objetos para indagar. En torno a esta doble dimensión de las TIC se plantean los trabajos agrupados en este simposio, algunos de los cuales se ocupan de las TIC como objeto de estudio, y discuten algunas de las dificultades metodológicas a las que se han enfrentado, mientras otros prestan atención a la incorporación de las TIC como instrumentos o contextos para la producción de material empírico en sus investigaciones.

A través del concepto de mediación pretendemos agrupar las problemáticas tan diversas que se presentan en ambas categorías de trabajos. Para quien analiza las prácticas de los usuarios de móviles, la mediación de estos dispositivos es un aspecto constitutivo de los objetos y prácticas que indaga; para el etnógrafo visual, la mediación de la cámara que utiliza en su trabajo de campo nos remite al proceso por el cual esta configura su práctica científica. Pero además, a través del concepto de mediación agrupamos problemáticas presentes en ámbitos tan diversos como la antropología visual o las etnografías de Internet, ya sea por la reflexión que los antropólogos visuales realizan

sobre la cámara, o las que un etnógrafo de Internet se plantea al utilizar un blog como parte de su trabajo de campo.

Hablar de mediación significa señalar las transformaciones que se producen cuando objetos e individuos entran en relación (Latour, 1994; Callon, 1986). Hablar de mediación significa concebir la cámara como algo más que un instrumento para la representación de la realidad, y pensar la imagen como algo más que una representación de la realidad, ya sea esta producida por nuestros sujetos de estudio o por el etnógrafo. En la misma dirección, un blog no es solo un conjunto de “textos” que deben ser interpretados, sino un objeto que media en la interacción social entre individuos, y entre estos y el etnógrafo. La tecnología media en la relación de nuestros informantes con el mundo, y el conocimiento sobre el mundo que un antropólogo genera está también mediado por la tecnología que utiliza en su práctica etnográfica. Los artefactos son formas de hacer presente, no sólo de captar una realidad externa; hacen presentes determinadas realidades de una forma determinada, y por lo tanto son actos en los que se niegan u ocultan otras realidades (Sánchez Criado, 2005: 33). Dziga Vertov lo advertía de forma poética en su conceptualización del cine-verdad o “kino-pravda”, augurando la aparición de un nuevo concepto de realidad a partir de la conjugación entre el ojo mecánico y el ojo humano: “yo soy el cine-ojo, el ojo mecánico. Yo máquina, os muestro el mundo como solo yo puedo verlo (...) Para ayudar a la máquina-ojo existe el cine-ojo-piloto, que no solamente dirige los movimientos del aparato, sino que se confía a él para experimentar el espacio (...) La acción conjugada del aparato liberado y perfeccionado y el cerebro estratégico del hombre que dirige, observa y calcula dará lugar a una nueva manera de ver el mundo” (Vertov, 1975: 103). No se trata solo de la apertura de una nueva visión del mundo, sino de la transformación de la propia realidad, la creación de nuevas realidades, al incorporarse al mundo un nuevo artefacto, nuevas formas de agencia y nuevas formas de relación.

En torno al concepto de mediación se articulan pues, la serie de trabajos recogidos en el simposio “La mediación tecnológica en la práctica etnográfica”. El conjunto de artículos pretenden contribuir a la reflexión teórica y metodológica que la complejidad de la mediación tecnológica introduce en la práctica antropológica una vez

que se desestima la posibilidad de considerar estos dispositivos como instrumentos neutrales.

2. MÁS ALLÁ DEL TEXTO: LA IMAGEN EN LA ETNOGRAFÍA

La antropología sigue siendo una tarea de escritura, por mucho que la nuestra sea una época audiovisual, digital, tecnológica, mediada, hipermediada, virtual.... Que es una tarea de escritura significa que sus registros siguen realizándose principalmente a través de la creación de textos, y que su conocimiento se sigue representando principalmente de forma escrita. Casi 35 años después de que Margaret Mead (1975) llamara la atención sobre este asunto y de que Clifford Geertz iniciara su reflexión crítica sobre los recursos retóricos en la presentación de los resultados etnográficos (1987), la etnografía sigue siendo una cuestión de escritura de principio a fin, y sólo excepcionalmente es audio-visual (Pink, 2001).

Este excepcionalmente significa que en algunas ocasiones la fotografía y el cine son usados por parte del etnógrafo como formas de registro, y en algunas ocasiones, como forma de representación del conocimiento antropológico. La antropología visual y el cine etnográfico se han abierto paso en los últimos años, no sin dificultades dentro de la disciplina y fuera de ella, para reclamar su legitimidad como forma de producción de conocimiento antropológico. Ahora bien, la incorporación de la imagen dentro de la práctica etnográfica plantea toda una serie de cuestiones, entre ellas cómo la cámara transforma, condiciona o habilita la presencia del etnógrafo en el campo; cuáles son los destinatarios del conocimiento etnográfico o en qué medida puede hacerse partícipes a los informantes en el mismo proceso de producción de conocimiento. Para comenzar, las imágenes que un etnógrafo incorpora en su registro pueden tener dos orígenes, según sean documentos de campo (elaborados por los mismos informantes) o registros realizados por el o la etnógrafa (notas de campo).

De las dificultades para abordar el estudio de las imágenes, cuando estas son elaboradas por los propios informantes, dan cuenta Sérgio Luiz Pereira da Silva y Maria da Conceição Francisca Pires en “Identidades visuales: video y fotografía en las formas de

representaciones de la identidad de Río de Janeiro”, quienes señalan las considerables posibilidades que ofrece la imagen para el análisis en ciencias sociales, y que en su caso particular se concentra en los cauces abiertos para el estudio de la construcción de la identidad. En otro trabajo, José da Silva Ribero reflexiona sobre las estrategias de mediación en la construcción y apropiación de conocimiento antropológico cuando analiza las distintas transformaciones metodológicas y epistemológicas resultantes de la interrelación entre las prácticas discursivas y la creación de objetos sonoros y visuales. Todo ello al hilo de un trabajo comparativo, “Estratégias mediadas de construção e apropriação de saberes em Antropologia”, que realiza en el Estado de Minas Gerais (Brasil) y en la región de Tabuaço (Portugal), en el cual aborda el estudio de un ritual y la constitución de una institución museística.

Esta complejidad de unas imágenes que desbordan lo puramente descriptivo es un tema que María Cristina Carrillo Espinosa aborda en “La fotografía y el video como documentos etnográficos en el caso de la migración ecuatoriana”, donde analiza la función que las fotografías y los videos tienen para mantener los lazos entre los migrantes ecuatorianos en España y sus familias de origen. Lejos de constituir únicamente una representación de la realidad, el trabajo de Carrillo ilustra cómo la fotografía y los videos hacen algo más que representar lo dado: se convierten en un instrumento de control a distancia por parte de los migrantes. Eso ocurre con los videos que permiten a quienes han emigrado a España seguir la evolución de las casas que se construyen en Ecuador y participar en las decisiones que se toman en sus hogares de origen. El video funciona además como un indicador del “éxito del proyecto migratorio”, al constatar a través de él como su esfuerzo se materializa en su país de origen en una nueva edificación.

Pero no es sólo que las imágenes sirvan para algo más que retratar lo real, sino que hacen algo distinto de reflejar lo existente: “las imágenes fotográficas no son sólo un reflejo sino que están participando en la construcción de las familias y comunidades transnacionales”, es decir, que las imágenes que circulan entre los migrantes no retratan simplemente a la familia transnacional, sino que la familia se construye gracias a esas imágenes, o es performada por ellas. Independientemente de cómo entendamos la relación entre las

imágenes y la realidad y qué concepto usemos para referirnos a esa relación (describir, construir, performar, etc.), lo cierto es que Carrillo nos coloca ante el umbral de la ontología del objeto fotográfico al indicar la complejidad de la relación entre esos objetos que son las imágenes y sus referentes. La metáfora de la imagen como texto interpretable queda pues coja, si no obsoleta, si no se tiene en cuenta su dimensión como objeto de intercambio que actúa relaciones familiares, y configura realidades y relaciones sociales. Es decir, pensar en la foto (y en el video) como un objeto que hace algo más que representar nos aboca a observar sus contextos de producción, circulación y exhibición, y atender a sus propiedades performativas.

Pero estas cuestiones planteadas por las imágenes en tanto documentos de campo y objetos de la cultura estudiada, son igualmente pertinentes para las imágenes elaboradas por los etnógrafos. Si las imágenes de los emigrantes que estudia María Cristina Carrillo hacen mucho más que retratar la familia, ¿qué puede decirse de las imágenes elaboradas por los etnógrafos?, ¿cómo construyen, o performan, los etnógrafos la realidad a través de sus registros audiovisuales? O dicho de otra manera, asumir la dimensión performativa de las imágenes implica que, desde una perspectiva metodológica, el etnógrafo debe prestar una cuidada atención al uso que hace de las fotografías que él mismo ha elaborado, ya que no son meros registros de lo real.

3. EL CONOCIMIENTO ANTROPOLÓGICO: ¿PARA QUIÉN?

Si Carrillo, Pereira da Silva y Pires abordan la problemática que presentan las imágenes como documentos de campo, Nadja Monnet, Juan Ignacio Robles y Edgar Gómez se ocupan de la imagen en tanto registro etnográfico elaborado por el etnógrafo. Ambos discuten algunas cuestiones que se plantean tanto en el trabajo de campo como en la representación etnográfica; y es precisamente esta segunda cuestión la que los dos primeros autores exploran en sus trabajos. Tanto para Monnet como para Robles, el uso de Internet como canal de distribución permite llegar a un público que desborda el de los expertos, ya sea representando una etnografía mediante una página web (usando registros textuales, fotográficos y sonoros del campo),

como discute Nadja Monnet al explorar los aspectos metodológicos de una etnografía de la plaça de Catalunya de Barcelona en su comunicación “Tecnologías digitales y escritura etnográfica”; o mediante un documental etnográfico, en el caso de Robles.

Una página web está en principio, al alcance de cualquiera, lo que nos sitúa ante la posibilidad de que a través de este tipo de representación, el conocimiento antropológico alcance al público no especializado, una posibilidad que Daniel Miller y Don Slater ensayaron con su obra “Internet. An ethnographic approach” (2000). La cuestión de la difusión del conocimiento antropológico y su permeabilidad social no es un tema nuevo y ha cobrado especial relevancia en relación con la antropología aplicada y el cine etnográfico (Lansing, 1990) y con la discusión sobre su audiencia (Rouch, 1975; Godelier, 1988 Piauxt, 2000, Ginsburg, 2007). Con la aparición de Internet vuelve a plantearse el tema de una forma renovada. La respuesta de Monnet y Robles es convertir en destinatarios del conocimiento antropológico a los no expertos; Internet parece ofrecer nuevas posibilidades para que el conocimiento antropológico desborde los límites especializados de su disciplina, como sugieren Downey et al. (1995). En una época de modernidad reflexiva (Giddens, 1984) en la que los no-expertos rutinariamente se apropian del conocimiento especializado de las ciencias sociales -algo presente desde hace tiempo en antropología-, quizás los científicos sociales, y los antropólogos entre ellos, tienen ahora la oportunidad de contribuir directa y activamente a que ese conocimiento sea incorporado por los ciudadanos, o como dice Anne Messny (1998), a proporcionar materiales para desarrollar si lo desean una conciencia sociológica, o para el caso que nos ocupa, podríamos decir antropológica.

Esta es una cuestión que Robles ilustra con claridad en “Publicaciones digitales: oportunidad y riesgo para la difusión de la producción etnográfica audiovisual”, cuando señala cómo al visionar la producción de su documental etnográfico sobre mercados de barrio en Madrid, Barcelona y Valencia, "algunos informantes y protagonistas clave fueron tomando conciencia de uno de los roles desarrollados en su vida cotidiana que progresivamente fue elevándose a categoría: su rol como mediadores sociales del barrio”. Ya Sarah Pink introdujo en su estudio etnográfico sobre el mundo del toreo (2001) una reflexión

sobre la fotografía como objeto que media las relaciones del etnógrafo con sus informantes. Y Jean Rouch (1995), apuntaba cómo el cine etnográfico proporciona un instrumento auto-reflexivo para los propios participantes de la investigación de manera que la intervención antropológica genera transformaciones en la misma realidad que indaga.

Pero la distribución de audiovisuales etnográficos a través de Internet configura incluso un nuevo escenario experto, ya que un problema serio del cine etnográfico es la dificultad para distribuirlo entre de los propios profesionales y estudiantes de la disciplina, lo cual ha contribuido a dificultar su implantación y su legitimidad en el seno de la antropología.

Pero si la cuestión de la representación se refiere al proceso de escritura etnográfica, tanto Monnet como Robles abordan también las cuestiones concretas que el registro audiovisual plantea en el mismo trabajo de campo. Ardèvol ya ha señalado cómo la cámara, lejos de ser un simple instrumento en el campo orienta la mirada del investigador, convirtiendo la cámara en un objeto teórico y en un objeto mediador de relaciones de campo (Ardèvol, 2006). Nadja Monnet discute cómo el uso de la cámara (y la obtención de registros audiovisuales) es un elemento fundamental en la articulación de su presencia en el campo, una presencia discreta orientada a “captar paisajes sonoros y visuales intentando retratar la urbanidad en movimiento”, más que hacia la búsqueda de la reflexividad y de la elaboración de un discurso por parte de los involucrados. En este caso, la cámara les permite situarse en el campo y establecer un tipo de relación con los informantes que prescinde de las entrevistas. La cámara se convierte en su investigación en un objeto teórico que participa en la producción de un material empírico que no depende del discurso verbal de los sujetos. Y el objeto de conocimiento se construye a través de la cámara, a partir de la exploración de los flujos y movimiento de los individuos en el espacio urbano.

La presencia de la cámara transforma la situación de campo y enfrenta al investigador con cuestiones éticas que se refieren al registro y al uso posterior de esos registros en su “escritura” etnográfica. Ya hemos señalado las cuestiones éticas que las etnografías de Internet enfrentan

(Estalella y Ardèvol, 2007) y cómo la especificidad del medio hace insuficiente tomar decisiones basándose únicamente en la determinación de si son públicos o privados los objetos, sitios o actos que se analizan. En “Imagen pública-privada y ética: reflexiones desde una investigación etnográfica sobre las prácticas de fotografía digital”, Edgar Gómez explora algunas de estas cuestiones a las que se enfrenta una etnografía que persigue el análisis de las prácticas fotográficas en la vida cotidiana. La facilidad con la que se pueden obtener grandes cantidades de datos de los sujetos investigados -procedentes de sus repositorios de fotografías en Internet, por ejemplo- coloca al investigador ante preguntas sobre la necesidad de informar sobre su investigación, una decisión que a Gómez le lleva a “exponerse” él mismo en el campo.

Explorar las posibilidades de lo audiovisual no implica abandonar el lenguaje oral y escrito como tecnología de conocimiento, por el contrario asume la importancia del texto como mediador de nuestro conocimiento y reconoce que la representación textual se transforma con la incorporación de estas técnicas y objetos. Sin embargo, mientras que otras disciplinas han desarrollado técnicas de visualización altamente especializadas (Goodwin, 1994; Galison, 1997), las ciencias sociales siguen manteniendo su cuestionamiento sobre estas técnicas, atribuyendo una mayor legitimación a la palabra frente a la imagen (Pink, 2001). Aún más importante en lo que se refiere al argumento en cuestión: que no llevemos a la práctica esas nuevas formas de representación no escrita y que argumentemos en su favor desde la escritura no le resta validez a los argumentos sobre las posibilidades que abren. Lo convincente que resulten nuestros argumentos (escritos) para legitimar una imagen (visual), un documental o una composición sonora, es algo que cada uno de los receptores puede juzgar por sí mismo.

4. DOS FORMAS DE APROXIMARSE A LA MEDIACIÓN

Ya hemos señalado al comienzo la doble dimensión que la mediación de las TIC plantea para los etnógrafos –según estas sean objetos de estudio u objetos para investigar–. Si la cámara es para María Cristina Carrillo un “objeto de indagación” que constituye parte de su unidad

de análisis, para Nadja Monnet la cámara es un “objeto para la indagación” a través de la cual construye su relación con el campo. Esta doble dimensión de la tecnología es discutida por Ángel Díaz de Rada cuando señala las diferencias entre acometer una “etnografía en red” y una “etnografía de la red”. O lo que es lo mismo, las diferencias entre concebir la red como “medio de producción de material empírico” y la red como “objeto institucional”. Si bien Díaz de Rada reconoce en su artículo “La mediación computacional de la comunicación y la lógica de la investigación etnográfica”, su mayor interés por la Red como institución humana, su discusión se centra principalmente en analizar en qué medida la mediación tecnológica modifica los “principios de la lógica de la investigación etnográfica”. De manera similar, Miquel Àngel Ruiz Torres plantea las diferencias entre “investigar sobre el ciberespacio” o “(investigar) en el ciberespacio” en “Ciberetnografía: comunidad y territorio en el entorno virtual”.

Aunque en principio parece una distinción clara, veremos más adelante que la diferencia entre las etnografías que toman a Internet como objeto de estudio, y las que lo convierten en instrumento para producir material empírico, pueden perder sus límites definidos. De hecho, una etnografía de Internet puede ser planteada de formas tan diversas como hacen Christine Hine en “Etnografía Virtual” (2000) o Daniel Miller y Don Slater (2000) en “Internet. An ethnographic approach”. Mientras que para Hine su objeto de estudio es Internet como cultura, para Miller y Slater Internet es un artefacto cultural; y mientras la primera traza las líneas de la etnografía virtual, los segundos reclaman una aproximación basada en los principios tradicionales de la etnografía.

La construcción del objeto de estudio en las etnografías de Internet ha sido una cuestión ampliamente discutida desde las primeras aplicaciones de esta metodología a los estudios de la cibercultura (Bell and Kennedy, 2000). La aproximación presente en muchos trabajos ha sido considerar Internet como cultura, planteándolo como un contexto en el que pueden desarrollarse interacciones significativas (Hine, 2000; Reid, 1995). Begonya Enguix muestra las dificultades en la construcción del campo en “Gendered sites’: géneros en Internet”, donde revisa las diferentes aproximaciones que se han realizado al

estudio del género en Internet. Enguix realiza una doble propuesta metodológica que pasa por el análisis de los elementos de sitios que están marcados por el género en su mismo diseño, para llegar al análisis de los sitios personales en los que las posibilidades de subversión del género son mucho mayores.

En una temática metodológica similar, Lluís Anyó presenta el desarrollo de un trabajo de campo sobre una comunidad de videojugadores titulado “Identidad y videojuego: aplicación de la *group cultural theory* a la etnografía virtual”. Una etnografía en la que aplica diversas técnicas cualitativas (observación participante y entrevistas) con el objetivo de determinar el tipo de estructura social que emerge de la interacción en línea en estos contextos lúdicos. Unos espacios en los que se crean universos virtuales con normas y reglas sociales específicas y en los que la construcción de una identidad colectiva ofrece al grupo un sentido de comunidad.

Pensamos que la doble distinción entre una etnografía de la red y una etnografía en la red es relevante y de hecho formaba parte de la reflexión que dio origen al planteamiento de este simposio. A lo largo de los últimos años, nuestros trabajos han estado centrados en el estudio de diversos fenómenos de Internet; Internet ha constituido nuestro objeto de estudio, o al menos parte destacada de él en la mayor parte de nuestras investigaciones más recientes (Ardèvol, 2005; Ardèvol et al., 2005; Estalella y Ardèvol, 2007; Estalella, 2005). A lo largo de nuestras investigaciones nos hemos encontrado, sin embargo, con la necesidad de reflexionar constantemente sobre la forma como la tecnología mediaba en las diferentes instancias de nuestro trabajo de campo. Estas reflexiones nos han llevado a considerar, por ejemplo cómo el uso de un blog en una etnografía de bloggers media en la forma como el investigador performa su identidad en el campo, o cómo la práctica de bloguear lleva al desmantelamiento de la tradicional distancia (en espacio y tiempo) entre el trabajo de campo y el proceso de escritura (Estalella, 2008). Al mismo tiempo, nos hemos enfrentado a cuestiones relacionadas con la ética y el uso de información publicada en Internet (Estalella y Ardèvol, 2007) o a otras relacionadas con cómo Internet borra las fronteras de la producción cultural y los circuitos entre producción casera, “amateur” y profesional (Ardèvol y San Cornelio, 2007) o cómo se performa la

identidad individual y su relación con el cuerpo a través de blogs y fotologs (Gómez Cruz, Ardèvol et alt., 2007). El estudio de Internet como “objeto institucional” nos ha arrastrado irremisiblemente a la reflexión de Internet como “medio de producción de material empírico”. Internet no es ya únicamente nuestro objeto de estudio, sino que se ha convertido en otro agente co-partícipe en la producción de nuestro conocimiento, y la reflexión sobre su papel en este proceso nos resulta inevitable.

5. NUEVOS OBJETOS DE CONOCIMIENTO

La tecnología puede constituir el objeto “de” conocimiento, o puede ser un objeto “para” el conocimiento. Lo que ahora nos interesa señalar es en qué medida esos objetos permiten hacer visibles determinados aspectos de lo real, objetivarlos y acceder a ellos. Pensemos, por ejemplo, en la forma como una agenda de teléfonos materializa no sólo los contactos sociales de una persona, nada especial en una agenda, sino que por su configuración permite estudiar la práctica a través de la cual se gestionan las relaciones sociales a través de la inclusión y borrado de nombres.

En otras ocasiones, la tecnología se convierte en un instrumento para acceder a un colectivo cerrado o esquivo. José Ignacio Pichardo plantea en “Etnografía y nuevas tecnologías: reflexiones desde el terreno”, una discusión sobre el uso de Internet en su investigación sobre las implicaciones que tanto las identidades y prácticas bisexuales como homosexuales tienen sobre la concepción de la familia en la sociedad occidental. Pichardo utiliza Internet para obtener información especializada, para la realización de entrevistas a través de chats –aunque desestima esta técnica finalmente– y para distribuir y realizar un cuestionario a través de una página web. La distribución del cuestionario anónimo a través de un sitio web le permite a Pichardo contactar con personas que practican el “bondage”, la dominación, la sumisión y el sadomasoquismo, informantes con los que de no ser por Internet “hubiera sido casi imposible contactar”. En este caso Internet ofrece la posibilidad de producir conocimiento sobre determinadas prácticas a las cuales resultaría difícil acceder por otros medios o en otro contexto.

Pero esta distinción que en principio parece tan clara entre objetos de indagación y objetos para la indagación (ya sea para el caso de Internet o las tecnologías digitales), se difumina en determinadas circunstancias. Un ejemplo lo constituyen los “métodos digitales”, tal y como los propone Richard Rogers, autor que plantea una metáfora diferente para referirse a Internet; si hasta hace unos años se trataba de comprender los mecanismos por los cuales Internet se encuentra embebido en la sociedad, lo que él propone es utilizar los “métodos digitales” para comprender cómo la sociedad se encuentra embebida en Internet (Rogers, 2007). Para ilustrarlo pone como ejemplo una investigación periodística realizada en Holanda sobre los sitios en Internet de los grupos políticos de derechas a partir de la cual los periodistas constatan la radicalización de estos grupos. No se trata en este caso de estudiar como los grupos políticos se radicalicen “en” Internet, sino de estudiar a través de Internet la radicalización (en la sociedad) de la derecha. Internet no es ya simplemente un instrumento (como ocurre cuando colgamos un cuestionario en una web), y tampoco es exactamente el objeto de estudio (que es la extensión del radicalismo), es las dos cosas al mismo tiempo.

6. HACIA LA E-SOCIAL SCIENCE: ENTRE EL APEGO Y LA DISTANCIA

Una parte de los trabajos aquí recogidos representan un esfuerzo de sus autores por reflexionar sobre las implicaciones que las TIC han tenido en los diferentes momentos de sus investigaciones. Sin embargo, las implicaciones de las TIC no se encuentran únicamente en la reflexión a la que nos abocan sobre nuestros métodos, sino en la misma transformación que introducen en la producción de conocimiento científico.

En su discusión sobre los métodos virtuales, Christine Hine insiste nuevamente, como ya lo hiciera antes (Hine, 2000), en cómo la etnografía virtual (2005a) o el estudio de Internet (2005b) nos permite poner a prueba concepciones de la investigación cualitativa, y ofrece de esta manera la oportunidad para revisar los métodos establecidos y explorar la posibilidad de nuevos diseños y aproximaciones. Interesada justamente en la producción del conocimiento, Hine

propone una versión de la sociología del conocimiento científico que analice específicamente las implicaciones del estudio de Internet, es lo que ella denomina “sociology of cyber-social-scientific knowledge”. Si bien la discusión de Hine se centra en la necesaria reflexividad sobre la práctica científica, lo que queremos destacar, y que ya ha sido apuntado a lo largo de la introducción, es la transformación que tiene lugar en la misma producción de conocimiento en las ciencias sociales y las posibilidades que por lo tanto se están abriendo en ellas.

Los cambios introducidos por las TIC en la producción del conocimiento desbordan ampliamente los límites de la etnografía. Desde hace unos años se desarrolla el debate sobre las implicaciones que el uso de los recursos de computación y las tecnologías digitales tienen para la ciencia, un debate que cristaliza en torno al concepto de “e-science”, con el que se apunta a las transformaciones derivadas del compartimiento de recursos informáticos, el acceso distribuido a vastas bases de datos, y el uso de plataformas digitales para la colaboración y la comunicación entre científicos (Wouters, 2006). Con algunas diferencias, hay autores que utilizan el concepto de “e-science” para referirse a grandes proyectos científicos desarrollados globalmente a través de la colaboración por Internet (Jankowski, 2007); y junto al concepto de “e-science”, originado en el Reino Unido y cuyo uso se ha extendido por Europa, conviven el de “cyberinfraestructure”, usado en EE UU, y el de “cyberscience”, también de origen europeo; todos ellos, aunque con matices, hacen referencia al mismo fenómeno.

Lo cierto es que el debate sobre la “e-science” apunta a los cambios que los recursos informáticos masivos, las bases de datos, las redes de comunicación y las TIC introducen en la producción de conocimiento científico. Pero los términos no son inocentes y la “e-science” constituye, más que una realidad dada, una promesa cimentada sobre las oportunidades que estas tecnologías ofrecen a la ciencia. Lo que hace de la “e-science” una “construcción discursiva que se sitúa en la encrucijada entre las prácticas tecnocientíficas, el diseño de la tecnología y la política científica y que toma forma a través de nuevas infraestructuras materiales, la demanda de nuevas habilidades sociotécnicas para la investigación y la presión sobre las prácticas científicas y académicas ya existentes” (Wouters, 2006).

Así pues, en torno al debate sobre la “e-science” asistimos a un esfuerzo de demarcación que en la práctica tiende a excluir a las ciencias sociales de la tierra de promisión que se abre con la incorporación de las TIC en la producción de conocimiento. Es decir, al hablar de “e-science” las ciencias sociales suelen quedar excluidas². Pese a todo, han surgido algunas iniciativas en Europa y EE UU que exploran justamente las posibilidades que se abren con la “e-science” para las ciencias sociales y humanas, iniciativas bautizadas con el nombre de “e-social science”. La mayor parte de ellas están orientadas principalmente al uso de recursos informáticos en el tratamiento de datos de forma masiva (Jankowski, 2007; Shroeder y Fry, 2007).

De manera que las ciencias sociales y humanas se encuentran ante la tesitura de ser excluidas de la construcción de la “e-science” –con las implicaciones que tiene en la distribución de recursos y el desarrollo de un debate en las distintas disciplinas–, o de tener que asumir exclusivamente un modelo que proviene de las ciencias naturales y les resulta hasta cierto punto ajeno –orientado al análisis masivo de datos–. Una tercera posibilidad ha sido discutida por algunos autores y es explorada en al menos un par de iniciativas europeas. Una de estas iniciativas es el Virtual Knowledge Studio en Holanda, centro perteneciente a la Academia de Artes y Ciencias de los Países Bajos inaugurado a finales de 2006, el otro es el Oxford Internet Institute, centro integrado en el National Centre for e-Social Science, una iniciativa puesta en marcha a finales de 2004 en el Reino Unido. En ambos centros, la “e-social science” significa algo más que simplemente trasladar un modelo de las ciencias naturales como es el tratamiento masivo de datos a las ciencias sociales (Wouters, 2004).

En un intento por salir del callejón sin salida en el que se sitúa a las ciencias sociales en este debate (o excluidas de él o “naturalizadas”), Paul Wouters y Anne Beaulieu, dos investigadores que trabajan en el VKS, proponen la noción de “e-research”, donde la “e” ya no se refiere a electrónico sino a “enhanced”, es decir: aumentado o

² Las ciencias humanas y sociales no aparecen mencionadas en el “Libro Blanco de la e-Ciencia en España”, publicado en 2004 por la Fundación Española para la Ciencia y la Tecnología; tampoco aparece ninguna mención a ellas en el sitio de Internet de la Red española de e-Ciencia que (<http://www.e-ciencia.es>) que arrancó en febrero de 2008.

mejorado (2008). De la “e-science”, o de la “e-social science”, pasamos entonces a la “investigación mejorada”, aumentada o intensificada gracias a las tecnologías.

Una buena parte de los trabajos de este simposio celebran las posibilidades que se abren con el uso de las tecnologías digitales en las múltiples instancias producción del conocimiento; y en conjunto, ofrecen un recorrido por las complejas implicaciones que esto tiene, tanto teóricas, como metodológicas o epistemológicas. No es difícil caer prendado de las expectativas y promesas que estas tecnologías ofrecen, o despreciarlas por infundadas. Un estudio publicado en 2007 por el Economic and Social Research Council del Reino Unido daba cuenta de las expectativas favorables que la “e-science” generaba entre los científicos sociales (Woolgar, 2007). Sin despreciar las promesas que estas tecnologías albergan, puesto que son parte constitutiva de las mismas tecnologías (Woolgar, 2002), creemos necesario mantener una actitud de involucramiento a la vez que cierta distancia frente a ellas (Beaulieu y Wouters, 2008). Pensamos que es necesario explorar las posibilidades brindadas para las ciencias sociales y humanas, manteniendo la cautela y evitando “la fascinación con las ideologías tecnológicas del campo virtual” (Díaz de Rada). Algo que podemos lograr a través de una actitud de apego y distancia desde la que explorar las diversas posibilidades que se abren para las ciencias sociales, que van desde el desarrollo de nuevas formas de producción de material empírico, al acceso de determinados objetos de estudio esquivos, pasando por la búsqueda de formas de representación no-textuales, los cauces alternativos para la distribución del conocimiento, etc.

Así pues, la tecnología nos aboca a una necesaria reflexión sobre su papel en la producción de conocimiento, y nos ofrece la posibilidad de transformar las prácticas a través de las cuales ese conocimiento es producido, elaborado y representado. Esta es la reflexión y el debate que hemos querido abrir en el simposio que dio origen a los trabajos aquí recogidos, una reflexión presente desde distintas perspectivas y con distinto énfasis en los artículos que se presentan a continuación; esperamos haberlo logrado.

BIBLIOGRAFÍA

- ARDÈVOL, E. (2006) *La búsqueda de una mirada: antropología visual y cine etnográfico*. Barcelona, UOC.
- AREDEVOL, E. (2005) Catálogo de sueños: las relaciones interpersonales por Internet como producto de consumo. Simposio Antropología de los media, XI Congreso de Antropología, Sevilla, Septiembre.
- ARDÈVOL, E., SAN CORNELIO, G. (2007) "Si quieres vernos en acción: YouTube.com. Prácticas mediáticas y autoproducción en Internet". *Revista Chilena de Antropología Visual*, 10.
- ARDÈVOL, E; BELTRÁN, M; CALLÉN, B; PÉREZ, C. (2003) "Etnografía virtualizada: la observación participante y la entrevista semiestructurada en línea", *Athenea Digital*, primavera, 2003.
- ASING, J. S. (1990) "The Decolonization of Ethnographic Film", en *Society for Visual Anthropology Review*, Spring, 1990.
- BEAULIEU, A., and WOUTERS, P. (en imprenta) E-research as intervention. En *e-Research: Transformations in Scholarly Practice*. N. Jankowski, ed., Routledge.
- BELL, D., KENNEDY, B. (ed.) (2000) *The Cyberculture Reader*. London and New York: Routledge.
- CALLON, M. (1986) "Some elements of a sociology of translation: Domestication of the scallops and the fishermen of St. Brieuc Bay". En *Power, Action and Belief: A New Sociology of Knowledge?* J. Law, (ed.), Routledge, London. pp. 196-223.
- DICKS, B., MASON, B., COFFEY, A.J., y ATKINSON, P.A. (2008) *Qualitative Research and Hypermedia. Ethnography for the Digital Age*. Sage, London.
- DOWNEY, G.L., DUMIT, J., y WILLIAMS, S. (1995) Cyborg Anthropology. *Cultural Anthropology*, 10, pp. 264-269.
- ESCOBAR, A. (1994) "Welcome to Cyberia. Notes on the Anthropology of Cybeculture". *Current Anthropology* 35, pp. 211-223.

ESTALELLA, A. (2005) "Pobrecito hablador. Conflictos por la libre participación en una comunidad colaborativa". *Athenea digital*, 7.

ESTALELLA, A., y ARDÈVOL, E. (2007) "Ética de campo: hacia una ética situada para la investigación etnográfica de Internet". *Forum Qualitative Social Research* 8.

ESTALELLA, A. (2008) *Blogging as fieldwork. Constructing relations in the field through a blog*, In *The Game*, AoIR pre-conference (Copenhagen).

GALISON, P. (1997) *Image and Logic: A Material Culture of Microphysics*. University Of Chicago Press.

GEERTZ, C. (1987) *La interpretación de las culturas*, Ed.Gedisa, Barcelona.

GIDDENS, A. (1984) *The constitution of society: Outline of the theory of structuration*. Polity Press, Cambridge Cambridgeshire.

GINSBURG, F. (2007) "Rethinking the digital age". Consultado en Mayo, 2008 en EASA Media Anthropology Network. En URL: http://www.philbu.net/media-anthropology/ginsburg_digital_age.pdf

GODELIER, MAURICE (1988) "An Interview, Lynn Silverman interviews Maurice Godelier", en *Anthropological Filmmaking*, Rollwagen, (ed.) Harwood Academic Publishers.

GÓMEZ, E., ARDÈVOL, E., y ESTALELLA, A. (2007) "Playful embodiment and identity performance on the Internet". En *Internet Research 8.0: Let's Play*. (AoIR, Vancouver).

GOODWIN, Ch. (1994) "Professional Vision." *American Anthropologist*, 96, 3: pp. 606-633.

HINE, C. (2000) *Virtual Ethnography*. SAGE, Londres.

HINE, C., ed. (2007) *Virtual Methods. Issues in Social Research on the Internet*. Berg, Oxford.

HINE, C. (2005a) "Virtual Methods and the Sociology of Cyber-Social-Scientific Knowledge". In *Virtual Methods. Issues in Social Research on the Internet*. C. Hine, ed. Berg, Oxford pp. 1-13.

- HINE, C. (2005b) "Internet Research and the Sociology of Cyber-Social-Scientific Knowledge". *The Information Society* 21, pp. 239-248.
- HINE, C. (2007) "Connective ethnography for the exploration of e-science". *Journal of Computer-Mediated Communication* 12.
- HOWARD, P. (2002) "Network ethnography and the hypermedia organization: new organizations, new media, new methods". In *New Media and Society*. pp. 551-575.
- JANKOWSKI, N.W. (2007) "Exploring e-science: An introduction. Journal of Computer-Mediated Communication". *Journal of Computer Mediated Communication* 12.
- LASÉN DÍAZ, A. (2006) "Lo social como movilidad: usos y presencia del teléfono móvil", *Política y sociedad*, 43, 2.
- LATOUR, B. (1994) "On Technical Mediation - Philosophy, Sociology, Genealogy". *Common Knowledge* 3, pp. 29-64.
- MASON, B., y DICKS, B. (2001) "Going Beyond the Code. The Production of Hypermedia Ethnography". *Social science Computer Review* 19, pp. 445-457.
- MEAD, M. (1975) "Visual Anthropology in a Discipline of Words", en *Principles of Visual Anthropology*, Hockings, P. (ed.) La Haya: Mouton Publishers.
- MILLER, D., y SLATER, D. (2000) *The Internet. An Ethnographic Approach*. Berg, Oxford.
- NORMAN, K. (2000) "Phoning the field: meaning of place and involvement in fieldwork 'at home'". En *Constructing the Field. Ethnographic Fieldwork in the Contemporary World*. V. Amit, ed. Routledge, Oxon pp. 120-146.
- OKABE, D., & ITO, M. (2006) "Everyday Contexts of Camera Phone Use: Steps Toward Technosocial Ethnographic Frameworks". In J. Höfllich & M. Hartmann (Eds.), *Mobile Communication in Everyday Life: An Ethnographic View* (pp. 79-102). Berlin: Frank & Timme.
- PINAULT, M. H. (2000) *Antropología y cine*, Madrid:Cátedra.

PINK, S. (2001) *Doing Visual Ethnography: Images, Media and Representation in Research*. London: Sage Publications Ltd.

REID, E. (1995) "Virtual Worlds: culture and imagination", en Jones, S.G. ed. *Cybersociety: Computer Mediated Communication and Community*. London: Sage Publications.

ROGERS, R. (manuscrito sin publicar). *Digital Method*.

ROUCH, J. (1995) "El hombre y la cámara" en Ardèvol, E. Pérez-Tolón, L. *Imagen y Cultura, Perspectivas del cine etnográfico*, Granada:

SÁNCHEZ-CRIADO, T., y BLANCO, F. (2005) "Introducción: Los constructivismos ante el reto de los estudios de la ciencia y la tecnología". *AIBR. Revista de Antropología Iberoamericana*, 1-43.

SCHROEDER, R., y FRY, J. (2007) "Social Science Approaches to e-Science: Framing an Agenda". *Journal of Computer Mediated Communication* 12.

VERTOV, D. (1975) "¿Cómo empezó todo?", en *El cine soviético visto por sus creadores*, introducción de Miquel Porter Moix, Zoom, 1. Salamanca: Ediciones Sígueme.

WOOLGAR, S. (2007) *Social Shaping Perspectives on e-Science and e-Social Science: the case for research support*. Economic and Social Research Council (ESRC).

WOUTERS, P. (2004) *The Virtual Knowledge Studio for the Humanities and Social Sciences @ the Royal Netherlands Academy of Arts and Sciences*. Networked Research and Digital Information (Nerdi), NIWI-KNAW, Amsterdam.

WOUTERS, P. (2006) "What is the matter with e-Science? - thinking aloud about informatisation in knowledge creation". *Pantaneito Forum*.

WOUTERS, P., and BEAULIEU, A. (2007) "Critical accountability: Dilemmas for interventionist studies of e-science". *Journal of Computer-Mediated Communication* 12.

LA MEDIACIÓN COMPUTACIONAL DE LA COMUNICACIÓN Y LA LÓGICA DE LA INVESTIGACIÓN ETNOGRÁFICA: ALGUNOS MOTIVOS DE REFLEXIÓN¹

ÁNGEL DÍAZ DE RADA
Universidad Nacional de Educación a Distancia

Diez años después de la publicación de la primera edición de *La lógica de la investigación etnográfica* (Velasco y Díaz de Rada, 1997), el dominio de la comunicación en red mediada por tecnologías computacionales ha ganado alcance planetario y presencia en la comunicación cotidiana entre las personas. La etnografía, como proceso de investigación que se nutre de la materia prima de la comunicación, ha experimentado naturalmente un giro reflexivo más en relación con estas circunstancias de la tardomodernidad. En las últimas dos décadas, pero sobre todo en la última, han visto la luz algunas aportaciones fundamentales en las que se desarrolla una reflexión sobre las condiciones de la práctica etnográfica en un mundo crucialmente marcado por las tecnologías computacionales de la comunicación, como el texto de Christine Hine, *Virtual Ethnography* publicado por primera vez en el año 2000 (Hine, 2000), el texto de Daniel Miller y Don Slater, publicado también en el año 2000, *The Internet. An Ethnographic Approach* (Miller y Slater, 2000), o la más reciente colección de ensayos editada por Christine Hine, *New Infrastructures for Knowledge Production. Understanding E-Science* (Hine, 2006), que, sin ocuparse específicamente de la etnografía, ofrece un cuerpo de ideas muy interesante de alcance epistemológico general.

Claramente, nuestra contribución de 1997 (Velasco y Díaz de Rada, 1997), al igual que otras aportaciones previas a la metodología y la epistemología de la etnografía (Hammersley y Atkinson, 1994; Werner y Schoepfle, 1987), se sitúa en una era previa a estos

¹ En estas páginas se presenta un resumen introductorio de la ponencia presentada por el autor en el simposio.

desarrollos. No es extraño por ello que uno de nuestros críticos, reseñando la edición de 2003 de una colección de textos que se forjó junto con *La lógica de la investigación etnográfica*, la compilación que titulamos *Lecturas de antropología para educadores* (Velasco, García Castaño y Díaz de Rada, 1993), se centrara precisamente en alertar sobre las evidentes deficiencias del libro en relación con el denominado “ciberespacio”; y lo hiciera, precisamente, desde un ámbito como el escolar, en el que las tecnologías computacionales de la información gozaban ya, en los primeros años del siglo XXI, de un amplio desarrollo (Domínguez Figaredo, 2006).

Los etnógrafos de mi generación hemos visto sobrevenir un nuevo, o mejor dicho renovado escenario de acción comunicativa que ha ido ganando presencia entre nuestras manos, es decir, en nuestros teclados; que se ha ido configurando delante de nuestros propios ojos. En un giro crítico previo, hubo de replantearse, entre muchas otras, cuestiones como la metáfora insular de la cultura propiciada por el enfoque clásico de Malinowski, el sentido de la palabra “local” en la investigación etnográfica, o las variantes del problema del holismo (Malinowski, 1986; Geertz, 1983; Marcus, 1995; Cruces, 2002; Díaz de Rada, 2003; Strathern, 2004). Hoy, cuando aún practicamos las maniobras de ese giro, conviene detenerse a reflexionar sobre una serie de cuestiones que conciernen a la sustancia misma de la comunicación mediada por tecnologías computacionales: las formas y procesos de esa mediación, las formas de agencia social que se instituyen a través de ellas, y una vez más, las consecuencias que este renovado escenario comunicativo puede traer a la lógica de la investigación etnográfica.

Esta contribución se centrará en ofrecer algunos motivos para la reflexión en torno a las dos preguntas siguientes: ¿Modifica la mediación computacional de la comunicación en red los fundamentos de la lógica de la investigación etnográfica? ¿En qué sentidos?

Como en otros ámbitos de aplicación de la etnografía, cabe introducir una primera distinción de importancia contextual: etnografía *en* red frente a etnografía *de* la red. Esta distinción ha sido frecuentemente formulada en el campo de la etnografía escolar, y creo que el paralelismo no es irrelevante: en uno y otro caso, la escuela y la red,

los etnógrafos experimentamos una socialización crucial. Antes de ser etnógrafos, y en la mayor parte de nuestro ejercicio como etnógrafos, somos agentes escolares, y, utilizando una bonita expresión de mi compañera Eugenia Ramírez Goicochea, somos agentes enredados (Ramírez Goicochea, 2007). Ése es, por ejemplo, el fundamento de un sociocentrismo básico de las ideologías escolares, que debe ser consciente y persistentemente elaborado por el etnógrafo escolar (Díaz de Rada, 2007). Y, a mi juicio, es también el fundamento de un riesgo de fascinación con las ideologías tecnológicas del campo virtual, una de cuyas expresiones más acabadas es, sin duda, la ideología *globalista* (Díaz Viana, 2004). Es de vital importancia, en estos dos campos, distinguir por tanto entre el *medio* de producción de material empírico; y el *objeto institucional* al que prestamos atención con muy diversas formas de material empírico. En el caso que aquí nos ocupa, hay que distinguir hasta donde sea posible qué problemas son pertinentes en lo que respecta a la red como medio de producción de material empírico para cualquier objeto institucional de investigación, ya se trate de procesos migratorios, escuelas, prácticas religiosas o prácticas de relación interétnica; y qué problemas son pertinentes en lo que respecta a la red como *institución humana*, abordable a partir de un espectro diverso de materiales empíricos, *en la red y fuera de ella*. En el segundo caso, que suscita a mi juicio los problemas más interesantes, la red no puede ser considerada bajo ningún concepto, a priori, como una ciberburbuja aislada de cualquier otra forma de vida ordinaria (Miller y Slater, 2000: 5). Caer en esta tentación reeditaría una nueva versión tardomoderna del insularismo Malinowskiano, que tanto trabajo nos está costando reformular por otros caminos.

En lo que respecta al primer cauce, la etnografía *en red*, no todos los problemas son triviales, desde luego. Dejaré de lado la mera consideración de la red como un ingente, pero también fructífero recurso de documentación para el etnógrafo, sea cual sea su objeto institucional de interés. Marginaré provisionalmente esta esfera algo más trivial de problemas, pero sin pasar por alto que, debido precisamente a su carácter ingente, el volumen de información en red puede traer consigo interesantes consecuencias metodológicas y epistemológicas en lo referente a la conversión cualitativa de los efectos cuantitativos.

Al reflexionar sobre la etnografía *en red* propondré hacer una pausa sobre los siguientes problemas menos triviales. (1) Un primer conjunto de problemas tiene que ver con un viejo asunto epistemológico en etnografía: la construcción teórica de la noción de contexto y la necesidad de una producción etnográfica *guiada teóricamente* (Díaz de Rada, 2004; Marcus y Okely, 2007). Éste problema es tan viejo como la práctica etnográfica, pero a mi juicio el desbordamiento informativo que propicia la comunicación en red lo pone especialmente de relieve. (2) Un segundo cuerpo de problemas se relaciona con la explosión, diversificación y desbordamiento de la *doxa* en las denominadas comunidades virtuales, y los efectos que este proceso puede tener en la reconfiguración del concepto de *campo social* (Bourdieu 1988), y en consecuencia en nuestra comprensión de los anclajes socioestructurales de la información circulante, sea cual sea nuestro objeto de indagación.

(3) Un tercer cuerpo de problemas al considerar la red como medio de producción de material empírico afecta, en general, a la clásica tensión entre procesos centrífugos y centrípetos de codificación sociocultural, en particular en el ámbito de las instituciones burocráticas que crecientemente se representan en expresiones mediadas computacionalmente. Algunos problemas especiales dentro de este conjunto son: (3.1.) la creciente codificación de los procesos de las instituciones burocráticas en el espacio virtual y el paralelo desarrollo explosivo de comunidades imaginadas (Anderson, 1997); (3.2.) la creciente disposición de procesos de producción documental y, con ello, la necesidad de plantear epistemológicamente un concepto dinámico y procesual de lo que debemos entender por “documento”; y, en contrapartida centrípeta de estos dos asuntos, que inducen a *abrir* el visor de las instituciones burocráticas por medio de ejercicios y retóricas de *transparencia* (Velasco *et al.* 2006), (3.3.) la producción de nuevas formas de *opacidad* por medio del autocontrol de las expresiones públicas de las instituciones, cuyos agentes son crecientemente conscientes de la mirada pública.

En lo que se refiere al segundo cauce, la consideración de la red como objeto específico de atención etnográfica, me interesará hacer énfasis en el denominado “espacio virtual” como (4) conjunto de prácticas de comunicación y estructuración social, y sobre todo como una

diversidad de formas de experiencia sociocultural. Este universo de problemas, del que por necesidad mencionaré sólo unos pocos, es a mi juicio el más novedoso e interesante, y naturalmente no se encuentra a priori separado de los problemas enunciados más arriba (muy especialmente los del grupo 3).

Abordaré inicialmente este campo de problemas formulando una pregunta simple: ¿qué se muestra y qué no se muestra en la pantalla de un ordenador?, y, subsidiariamente, me preguntaré si es suficiente con considerar lo que ahí se muestra como un *documento*, incluso con las expansiones del concepto anunciadas en 3.2. A modo de ilustración escogeré un motivo de reflexión: la expresión del *agente social* por medio de tecnologías computacionales, y lo que esta expresión puede enseñarnos de las renovadas formas de agencia en la tardomodernidad. Algunos problemas en este campo que me parecen especialmente relevantes son los siguientes: (4.1.) la ventana como *metonimia* del agente y el problema del acceso al proceso sociocultural como región intemedial entre el voyeurismo de la intimidad y la distancia de la máscara. Este problema afecta decisivamente al concepto de *autenticidad* y, naturalmente, a la tensión entre identidades e identificaciones (Hine, 2000: 118 ss.); (4.2.) el proceso de comunicación mediada computacionalmente como experiencia sensorial, es decir, los recortes, selecciones o nuevas producciones del sensorio en estas experiencias comunicativas (cf. Howes, 1991); y, en parte como consecuencia de esta problemática, (4.3.) la mediación tecnológica de la agencia comunicativa, es decir, el carácter de *cyborg* que puede rastrearse en ella (cf. Hables Gray, 1995). Y, finalmente, en esta revisión muy parcial, (4.4.) los problemas de tiempo y espacio que afectan a estas forma de agencia, y, dentro de esta problemática, un aspecto concreto que puede tener especial repercusión epistemológica en lo que se refiere a la doble hermenéutica en ciencias sociales (cf. Habermas, 1988): (4.4.1) la comunicación en red como medio que potencia los recursos de autointerpretación pública del agente.

Al tratar en todo o en parte este conjunto de problemas, esta contribución sentará algunas claves para volver sobre los principios metodológicos y epistemológicos que establecimos en *La lógica de la investigación etnográfica* (Velasco y Díaz de Rada, 1997: 213 ss.):

extrañamiento, intersubjetividad, y descripción densa como localización, encarnación, triangulación, datos multireferenciales, ironía e intertextualidad. La reflexión se centrará entonces en dar respuesta a la siguiente pregunta: ¿cómo modifica la mediación computacional de la comunicación en red estos principios de la lógica de la investigación etnográfica?

BIBLIOGRAFÍA

ANDERSON, Benedict (1997) *Comunidades imaginadas. Reflexiones sobre el origen y la difusión del nacionalismo*, México, Fondo de Cultura Económica.

BOURDIEU, Pierre (1988) [1986] “Espacio social y poder simbólico”, *Revista de Occidente*, 81, pp. 97-119.

CRUCES, Francisco (2002) “Etnografías sin final feliz. Sobre las condiciones de posibilidad del trabajo de campo urbano en contextos globalizados”, *Revista de dialectología y tradiciones populares*, LVIII (2) pp. 161-178.

DÍAZ DE RADA, Ángel (2003) “Las formas del holismo. La construcción teórica de la totalidad en etnografía”, *Revista de Dialectología y tradiciones populares*, LVIII, 1, pp.237-262.

- (2004) “El sujeto en la corriente. Reflexiones sobre el sujeto social en condiciones de globalización”, En Luis Díaz G. Viana (coord.) *El nuevo orden del caos: consecuencias socioculturales de la globalización*, Madrid, CSIC. pp. 77-102.

- (2007) “School Bureaucracy, Ethnography and Culture: Conceptual Obstacles to Doing Ethnography in Schools”, *Social Anthropology*, 15, 2, pp. 205-222.

DÍAZ VIANA, Luis (coord.) (2004) *El nuevo orden del caos: consecuencias socioculturales de la globalización*, Madrid, CSIC.

DOMÍNGUEZ FIGAREDO, Daniel (2006) “Educational Ethnography beyond Scholarly Ethnography. Transferring Meanings to Cyberspace”. *Forum: Qualitative Social Research*, 7, 2.

GEERTZ, Clifford (1983) *Local Knowledge: Further Essays in Interpretive Anthropology*, Nueva York, Basic Books, pp. 55-70.

HABERMAS, Jürgen (1988) [1982] *La lógica de las ciencias sociales*, Madrid, Tecnos.

HABLES GRAY, Chris (1995) *The Cyborg Handbook*, Londres, Routledge.

HAMMERSLEY, Martin, y Paul ATKINSON (1994) [1983] *Etnografía. Métodos de investigación*, Barcelona, Paidós.

HINE, Christine (2000) *Virtual Ethnography*, Londres, Sage.

- (Ed.) (2006) *New Infrastructures for Knowledge Production, Understanding E-Science*, Londres, Infosci.

HOWES, David (ed.) (1991) *The varieties of sensory experience. A sourcebook in the anthropology of the senses*, Toronto, University of Toronto Press.

MALINOWSKI, Bronislaw (1986) [1922] *Los argonautas del Pacífico Occidental*, Barcelona, Planeta-Agostini, 2 Vols.

MARCUS, George E. (1995) "Ethnography in/of the world system: The emergence of multi-sited ethnography", *Annual Review of Anthropology*, 24.

MARCUS, George E., y Judith OKELY (2007) "How Short can Fieldwork Be?", *Social Anthropology*, 15, 3, pp. 353-367.

MILLER, Daniel, y Don SLATER, (2000), *The Internet. An Ethnographic Approach*. Nueva York: Berg.

RAMÍREZ GOICOECHEA, Eugenia (2007) "Tiempos de Internet: Jóvenes en-red-ados on y off-line", Proyecto de investigación no publicado.

Strathern, Marilyn (2004) *Partial Connections*, Nueva York, Altamira.

VELASCO, Honorio; GARCÍA CASTAÑO; Javier, y Ángel DÍAZ DE RADA (eds.) (1993) *Lecturas de antropología para educadores. El ámbito de la antropología de la educación y de la etnografía escolar*, Madrid, Trotta.

VELASCO, Honorio y Ángel DÍAZ DE RADA (1997) *La lógica de la investigación etnográfica. Un modelo de trabajo para etnógrafos de la escuela*, Madrid, Trotta.

VELASCO, Honorio; Ángel DÍAZ DE RADA; Francisco CRUCES; Roberto FERNÁNDEZ; Celeste JIMÉNEZ DE MADARIAGA y Raúl SÁNCHEZ MOLINA (2006) *La sonrisa de la institución. Confianza y riesgo en sistemas expertos*, Madrid, Editorial Universitaria Ramón Areces.

WERNER, O., y G. Mark SCHOEPFLE (1987) *Systematic Filedwork*, Londres, Sage. 2 Vols.

IDENTIDADES VISUALES: VIDEO Y FOTOGRAFÍA EN LAS FORMAS DE REPRESENTACIÓN DE LA IDENTIDAD DE RÍO DE JANEIRO¹

SÉRGIO LUIZ PEREIRA DA SILVA
Universidade Estadual do Norte Fluminense

MARIA DA CONCEIÇÃO FRANCISCA PIRES
Fundação Casa de Rui Barbosa

1. CONSIDERACIONES INICIALES

En el campo de los estudios visuales percibimos que se abre un abanico de intertextualidad entre imágenes e identidades en el que el proceso de representación ha contribuido para la legitimación de valores culturales. Íconos, lugares y sujetos, a partir de una percepción visual, componen un conjunto de elementos que han adquirido valor estético en el proceso de representación social en los espacios públicos contemporáneos y ese hecho demanda una postura interdisciplinaria por parte de los científicos sociales con relación a la forma de interpretar la cultura visual y los valores identitarios a ella atribuidos (Irit Rogoff, 1999).

La fotografía como uno de los principales artefactos de la cultura visual tiene el poder de proporcionar una síntesis a través de un lenguaje no verbal entre el hecho documentado, recorte de lo real, y las interpretaciones elaboradas sobre él (Ivan Lima, 1988). Esa relación de correspondencia entre representación e interpretación estará siempre sujeta a las convenciones culturales constituidas.

Las imágenes, en especial la fotografía, es uno de los elementos relevantes de la composición de los escenarios visuales y de la narrativa no verbal de la cultura contemporánea.

Si como afirma Roland Barthes: “una imagen vale más que mil palabras” (Barthes, 1999), creemos que en el caso de la imagen de una

¹ Investigación financiada con recursos de Fundação de Amparo a Pesquisa do Estado do Rio de Janeiro (FAPERJ)

identidad cultural, la narrativa visual gana validez estética pudiendo, con eso, adquirir fuerza política en los espacios públicos a través de sus usos y propagaciones en los vehículos de comunicación de masa.

Es pensando de este modo que este texto propone asociar sociológicamente la perspectiva del estudio sobre identidad e imagen con el enfoque sobre el fenómeno de las afirmaciones y representaciones sociales de la identidad basadas en nuevos medios.

2. IMAGEN E IDENTIDAD, UNA REFERENCIA EXPLICATIVA

El telón de nuestro texto está estructurado sociológicamente en la relación entre imágenes de la identidad local, sus actores sociales y los espacios públicos de sociabilidades que ocupan ellos.

La lucha por el reconocimiento identitario ha tenido una gran visibilidad a partir de los movimientos sociales, culturales y ambientales que usan cada vez más los recursos de imágenes para hacer valer sus intereses afirmativos.

La cuestión en relieve en esas afirmaciones es que a través del uso de las imágenes, grupos y comunidades han logrado propagar un sentimiento de identidad social, cultural y política para el público en general. Eso representa también, entre otras cosas, que la imagen ha tenido la función de fortalecer estética, política y culturalmente lo que pertenece a la identidad que se pierde o se diluye en lo efímero de los juegos de información de los espacios públicos mediáticos, en lo que hoy se llama de sociedad de la información.

La construcción de las identidades a través de las imágenes y la reproducción de esas identidades estéticamente elaboradas en los espacios públicos mediáticos (radio, televisión, Internet, etc.) fue puesta en relieve por los estudios culturales y de cultura visual y en las investigaciones sobre el uso de imágenes en las Ciencias sociales. Estas referencias explicativas muestran que la construcción de imágenes ha sido una forma de movilización de intereses determinada por patrones de comportamientos que en un momento reproducen valores hegemónicos de la cultura de masa, y en otro crean formas estéticas alternativas de propagación de valores culturales locales.

Los últimos años hubo un aumento sistemático de los estudios relacionados con la imagen en el campo social, en especial el enfoque sobre la identidad a través de las imágenes. Eso se justifica por el impacto relevante, sobretodo del punto de vista cognitivo, de los efectos de las imágenes en el cotidiano de los individuos y de los grupos sociales.

Según Barthes, el proceso de representación de la imagen y los contenidos de su mensaje tiene dos aspectos. El primer aspecto es de cuño connotativo en lo cual la imagen es portadora de una codificación alusiva a un determinado saber cultural y a un determinado sistema simbólico; y la segunda de cuño denotativo en lo cual la imagen porta un cierto poder de representación de lo real (recorte de lo real). En ese sentido, las representaciones sociales de la imagen tienen una relación dialéctica entre realidad y sistema de interpretación que tendrá como síntesis su identificación, es decir, la identidad de la imagen. Por ejemplo, en la producción documental videográfica y fotográfica, de una determinada cultura es posible ver los íconos simbólicos de significación de poder, reconocimiento, representaciones sociales e ideologías que demarcan el conjunto simbólico de las identidades en cuestión, en un determinado espacio social. La auto referencia de la imagen está rellena de significantes identitarios que equilibran realidad y representación que son a la vez estética y documentalmente relevantes.

Con relación a ese proceso de equilibrio, los conjuntos simbólicos relativos a la imagen, expresan una ratificación de los significantes de mayor poder relevante en los espacios culturales, haciendo posible la caracterización de los íconos de la identidad y/o formaciones identitarias de una determinada cultura. (Barthes, 1989).

Por formaciones identitarias entendemos un proceso de sociabilidad que produce nuevos modelos afirmativos de reconocimiento simbólico (Sérgio Silva, 2000). Estas están presentes, por ejemplo, en los movimientos sociales, culturales y de acción comunitaria y se hacen visibles en los nuevos espacios públicos de la sociedad, a través de la comunicación verbal y no verbal. Con base en esto, las imágenes pueden ganar fuerza política y, de esa manera, representación ideológica.

El proceso de representación social de las imágenes, figurado con base en los conjuntos simbólicos, y el proceso de interpretación semiológica, estructurado por la estética de la comunicación no verbal, permiten contextualizar imagetivamente las formaciones identitarias a partir de la perspectiva de la valorización cultural a la que éstas están ancladas.

En el campo de la realización analítica, la investigación de la relación entre identidad e imagen debe ser definida con base en criterios clasificatorios respetando los valores simbólicos de las comunidades y los conjuntos culturales a ella relacionados, de modo que se garantice la visibilidad de los valores estéticos de las formaciones identitarias en cuestión.

Las imágenes en términos investigativos posibilitan la disponibilidad de una documentación visual de los registros culturales, componiendo un elenco de datos de cuño cualitativo. En ese sentido, las imágenes pueden presentar para el campo de las ciencias sociales, elementos de representaciones de hechos sociales e de fenómenos comportamentales que se reproducen en el mundo de la vida, como datos visuales de investigación social, política, cultural e histórico. Como elemento de representación histórica, por ejemplo, se ha utilizado el recurso de la imagen como instrumento de investigación y análisis de la memoria visual. (Clarise Peixoto, 2001).

La fotografía, como el video documental, es una representación interpretativa de la realidad, en el sentido de ser algo recortado pela percepción de la mirada. La imagen cuando difundida públicamente es una ventana abierta a través de la cual podemos ver lugares y personas que no conoceríamos de otra manera. Ella nos contextualiza, nos hace imaginar como sería estar en determinado ambiente vivenciando experiencias.

Interpretar las representaciones estéticas de las identidades y los contenidos simbólicos contenidos en imágenes es una manera de clasificar y categorizar sociológicamente los elementos identitarios respetando su sentido social y su contexto cultural. Eso es una forma de utilizar as imágenes como un modelo de pronunciamiento, una narrativa visual a través da cual valores estéticos y documentales son

representados y pasibles de interpretación, es decir sean pasibles de una hermenéutica visual.

3. EL PROCESO DE PRONUNCIAMIENTO VISUAL: IMÁGENES Y COMUNIDADES EN UNA RELACIÓN ESTÉTICA Y CULTURAL

Según Barthes la relación entre imagen simbólica e imagen literal y el proceso de connotación y denotación en las interpretaciones de las imágenes debe respetar los contenidos de significaciones que acompañan estéticamente lo que es visto. Dentro de ese contexto, en el proceso de interpretación los mensajes simbólicos y literales presentes en la composición de una imagen, deben ser superpuestas unos a los otros para que sea posible el desvelamiento del universo de significación estética que está presente en el contenido de la imagen.

Para Bittencourt (2001) ese proceso de superposición compone una base de interpretación de la lectura de las imágenes, pues es a partir de esta que se vuelve posible la identificación del contenido de significación de las mismas y, de esa manera, el pronunciamiento visual que las imágenes componen. El pronunciamiento visual es un entendimiento entre la imagen producida y la interpretación de la misma.

Eso confiere a la fotografía un carácter de doble vía. Por un lado ella expresa declaraciones imagéticas que ganan significaciones analíticas por la visión de mundo del fotógrafo en el acto de documentación y registro de lo que fue visto por él; por otro ella es un campo de interpretación reflexivo sobre la representación cultural de los registros en ellas contenidos por su intérprete/analista.

El pronunciamiento visual busca hacer una búsqueda analítico-reflexiva de los datos imagéticos, identificadores de elementos sociales y culturales, que sirven como modo de investigación clasificatorio, interpretativo y explicativo en el campo de la sociología de la imagen. En el análisis etnográfico y sociológico los valores imagéticos de comunidades, etnias y grupos sociales forman un telón analítico-investigativo. Los valores históricos registrados imagéticamente, en especial la fotografía, componen un background

para el posible levantamiento de los elementos simbólicos, signos y valores estéticos de identificación de las imágenes.

Las comunidades afro-descendientes del norte fluminense son ricas en elementos estéticos y han valorizado el reconocimiento de su campo simbólico con la afirmación de sus pertenencias identitarias a través de sus prácticas folclóricas y culturales y sus rescates históricos.

Buscar levantar esos elementos estéticos, a través de registros videográficos y fotográficos ha sido una práctica constante, incluso una práctica de las propias comunidades. Es decir, se nota que las comunidades a partir de sus festejos y actividades culturales, religiosas, etc. han registrado esos momentos como un modo de creación de sus memorias visuales. Las comunidades se han pronunciado visualmente y todo material producido sirve como documentación visual de los valores culturales, costumbres, retratos, en fin, registros que sirven como material etnográfico y socio-cultural para análisis de las identidades de las comunidades y grupos culturales. Las comunidades realizan una representación de sí a través de las imágenes y eso se convierte en una práctica mantenedora de auto-conocimiento y afirmación de valores simbólicos.

Dentro de ese contexto, el proceso de análisis e interpretación de las imágenes comunitarias debe considerar la selección de signos presentes en la imagen que ayuden a delimitar el patrón simbólico de la cultura y de la identidad en cuestión. Ese es un procedimiento que visa asociar la imagen literal a imágenes simbólicas para la identificación del pronunciamiento visual en el análisis.

La proliferación de video-documentales, amadores y profesionales, intenta rescatar, a través de la facilidad de los recursos digitales hoy popularizados, valores culturales que son re-creaciones y relecturas de antiguos valores, pero que ganan fuerza por la representación del pasado y proyección del futuro de esas identidades comunitarias. Un ejemplo de eso, en el Nordeste, es el gran aumento de documentarios realizados sobre la temática de los Maracatus en el Estado de Pernambuco en que se ve el intento de la producción imagético-discursiva de una identidad cultural en la que la gente de la región se reconoce y proyectan, a partir de eso un valor estético cultural.

En la zona del norte fluminense vemos que, las comunidades intentan mantener sus valores identitarios con base en la propagación estéticas de sus valores simbólicos. La documentación visual de las actividades de las comunidades posibilita la publicidad de las imágenes culturales e identitarias más allá de las fronteras norte fluminense y han contribuido para facilitar el levantamiento de los valores culturales de la región.

La propagación de las imágenes de esas comunidades gana fuerza publicitadora con base en los elementos estéticos en ellas representados, sobretodo por tratarse de comunidades afro descendentes que han valorizado un rescate cultural poscolonial. Esto refuerza el argumento de que los valores simbólicos confieren legitimidades a las formas de representación y reconocimiento a las identidades culturales (Stuart Hall, 2001).

Las comunidades afro descendentes de la región norte fluminense mantienen sus pertenencias identitarias con base en la producción de sus artefactos, sus formas de sociabilidad y mantenimiento cultural cada vez más afirmativo. Con esto vemos que el pronunciamiento visual de las comunidades de la zona ha contribuido para dimensionar los mensajes simbólicos a través de representaciones estéticas, en el sentido de propagar las referencias identitarias de sus imágenes, sus afirmaciones sociales y culturales. Es decir, sus representaciones estéticas han servido como tarjeta de visita y afirmación identitaria.

Las atribuciones de significados, representaciones y valoración en la afirmación de la identidad a través de la imagen son formas de pronunciamiento cada vez más utilizadas en la delimitación de los campos simbólicos de acción. Con eso, las imágenes ganan valores diferenciados de las palabras y las identidades a ellas atribuidas adquieren un bies cada vez más efectivo en el proceso de reconocimiento de los espacios públicos, sobretodo mediáticos.

CONSIDERACIONES FINALES

Las Ciencias sociales contemporáneas han discutido la propagación de las identidades locales como mecanismo de afirmación de referencias y de fortalecimiento de representaciones simbólicas y de los sistemas

culturales locales. Siguiendo la misma línea de razonamiento los investigadores del campo de los estudios visuales corroboran con tais afirmaciones presentando cuestiones sobre el proceso de demarcación de fronteras simbólicas con base en las formas estéticas de sociabilidad e interacción sociales.

Ese tipo de argumentación es lo que permite entender la cultura visual y su relación con la identidad como un proceso coyuntural centralizado en la mirada y en la percepción estética de representación social de las identidades. Con esto la percepción estética se ha vuelto un instrumento de delimitación del espacio social y de definición comportamental de la cultura.

BIBLIOGRAFÍA

- BARTHES, Roland (1989) *Mitologias*, Rio de Janeiro, Bertand Brasil.
- BARTHES, Roland (1999) *O Óbvio e o Obtuso*, Rio de Janeiro, Nova Fronteira.
- BITTENCOURT, Luciana A. (2001). “Algumas Considerações sobre o Uso da Imagem Fotográfica na Pesquisa Antropológica” en B. FELDMAN-BIANCO; M. M. LEITE (ORGs) *Desafios da Imagem: fotografia, iconografia e vídeo nas ciências sociais*, Campinas, Papirus, pp.73-96.
- HALL, Stuart (2001) *A Identidade Cultural na Pós-Modernidade*, Rio de Janeiro, DP&A Editora.
- LIMA, Ivan (1988) *A Fotografia e sua Linguagem*, São Paulo, Espaço e Tempo.
- MARTIN-BARBERO, Jesús (2003) *Dos meios às Mediações: cultura, comunicação e hegemonia*, Rio de Janeiro, UFRJ.
- MARTIN-BARBERO, Jesús; REY, Germán (1999) *Os Exercícios do Ver: hegemonia audiovisual e ficção televisiva*, São Paulo, Senac.
- MIRZOEFF, Nicholas (1999) *An Introduction to Visual Culture*, London and New York, Routledge-USA.
- PEIXOTO, Clarise Ehlers (2001) “Caleidoscópio de Imagens: o uso do vídeo e sua contribuição à análise das relações sociais” in B.

FELDMAN-BIANCO; M. M. LEITE (orgs) *Desafios da Imagem: fotografia, iconografia e vídeo nas ciências sociais*, Campinas, Papirus, pp. 89-126.

PEIXOTO, Clarise Ehlers (2001) “Memória em Imagens: uma evocação do passado” in M. G. P. KOURY (org) *Imagem e Memória: ensaios em antropologia Visual*, Rio de Janeiro, Garamond, pp. 38-67.

ROGOFF, Irit (1999) “Studying Visual Culture” in N. MIRZOEFF (org) *An Introduction to Visual Culture*, London and New York, Routledge-USA, pp.11-32.

SILVA, Sérgio Luiz P. (2000) “Identidade e Complexidade: uma sociologia para os elementos emergentes da sociedade atual”, *Cadernos de Pesquisa –PPGICH*, 9, pp.5-27.

LA FOTOGRAFÍA Y EL VIDEO COMO DOCUMENTOS ETNOGRÁFICOS EN EL CASO DE LA MIGRACIÓN ECUATORIANA

M. CRISTINA CARRILLO ESPINOSA
Universidad Autónoma de Madrid¹

Uno de los fenómenos que ha generado mayores cambios en la sociedad ecuatoriana en estos últimos años ha sido la masiva migración de personas hacia diversos países en todo el mundo. En rasgos generales podemos decir que son tres los elementos que caracterizan la migración ecuatoriana de los últimos años: su magnitud, su feminización, y el cambio en el destino. De ser un fenómeno localizado en las áreas rurales del sur del Ecuador, la migración de fines de la década de los noventa involucró a todos los sectores sociales del país e incluyó la salida de mujeres como trabajadoras independientes o encabezando los proyectos migratorios de sus familias. Por otro lado Estados Unidos ha dejado de ser el principal lugar hacia donde emigran, y ahora es Europa, y principalmente España seguida de Italia, hacia donde se dirigen los ecuatorianos que salen de su país.

El Ecuador actual no se puede comprender sin hablar de la migración ya que ésta ha generado grandes cambios a nivel económico, político y social. Junto con el tema de las remesas y las propuestas políticas que tratan de generar mecanismos de inclusión de los migrantes como parte del proyecto nacional, se encuentran las familias que de un momento a otro se han visto separadas y repartidas entre quienes se han quedado en el país y quienes han viajado. Se han ido hijos, padres, madres, abuelos, abuelas, por lo que es innegable que la migración está cambiando la organización y estructuración de los hogares ecuatorianos.

¹ Estudiante Doctoral en el Departamento de Antropología Social y Pensamiento Filosófico Español en la Universidad Autónoma de Madrid. Becaria MAE-AECI/ Investigadora asociada FLACSO-Ecuador.

Como consecuencia de ello, estas familias fragmentadas han debido buscar mecanismos para mantener y re-crear los lazos que las unen, y en este proceso han jugado un rol de gran importancia la comunicación que se establece por medio del teléfono, y las nuevas tecnologías como internet, las fotografías y el video.

El presente escrito reflexiona sobre las posibilidades que brinda el análisis de fotografías y videos caseros en el estudio de las familias transnacionales, y se pregunta cuál es la significación particular que tienen estos documentos para los migrantes.

Mi análisis se basa en la idea desarrollada por Ulla Vuorela (2002) quien al hablar de los hogares transnacionales toma prestado el concepto de “comunidad imaginada” de Benedict Anderson y sostiene que narrativa e imaginario han construido un sentido de comunidad y de familia que es a la vez imaginado y materializado a través de varias prácticas como son el mantenimiento de correspondencia, el envío de objetos y de fotografías, las mismas que se convierten en talismanes del hogar y de la pertenencia.

Para realizar esta reflexión analizo tres ejemplos de comunicación entre los migrantes y sus familias, los mismos que nos permiten observar los diversos niveles en los que estarían actuando las imágenes. El primer caso nos permite un acercamiento al nivel más macro, en donde la comunicación entre familias va a estar mediada por un diario nacional que es el que actúa como medio de difusión de las fotografías que se intercambian. El segundo ejemplo se concentra en un nivel meso y trata de una mediación, pero esta vez en la producción misma de las imágenes, cuando es un fotógrafo profesional quien realiza los videos para facilitar la conexión entre los migrantes y sus familias. Finalmente, el tercer caso habla de la fotografía privada y nos aproxima al ámbito subjetivo de las personas cuando realizan la construcción de sus imágenes².

² El trabajo de campo y las entrevistas realizadas en Ecuador y España las realicé en el verano de 2007 como parte de mi tesis doctoral “El rol de la fotografía y el video en el mantenimiento de los vínculos socio-afectivos en las familias transnacionales ecuatorianas”. Agradezco a las personas que gentilmente han compartido conmigo sus historias.

1. COMUNIDAD Y FAMILIA TRANSNACIONAL

El acercamiento teórico transnacional se ha utilizado para analizar diversos fenómenos, pero actualmente ha adquirido gran relevancia en los estudios sobre migraciones internacionales. Dentro de la literatura sobre migración, conceptos tales como globalización, diáspora y transnacionalismo intentan dar explicación a la ruptura espacial y al ritmo de movilidad desplegado por hombres y mujeres alrededor del mundo.

La perspectiva transnacional en el estudio de las migraciones resulta útil para entender la importancia de los nexos que unen a los migrantes en un espacio que involucra no sólo a los contextos de salida y de llegada, sino a otros espacios en donde los migrantes tienen conexiones (Basch, Glick Schiller y Szantón Blanc 1994, Smith M.P. y Guarnizo, 1998, Sorensen 2002, Levitt y Glick Schiller 2004). Al mirar la relevancia del espacio transnacional como un campo continuo y único de análisis, dicha perspectiva cuestiona el “nacionalismo metodológico” (Wimmer y Glick Schiller 2002), es decir el ver al estado-nación y sus fronteras, como el lugar obvio desde el cual se realiza el análisis social. Es en este marco dentro del cual surgen diversos trabajos académicos que reflexionan alrededor de la comunidad y la familia transnacional.

Federico Besserer (1999) identifica tres posiciones en torno a la literatura sobre comunidades transnacionales. En el primer grupo se ubican los trabajos que ven a la comunidad transnacional y sus sujetos sociales dentro de marcos territorializados, es decir que hacen referencia a comunidades transnacionales cuando sus miembros han cruzado las fronteras nacionales. En el segundo grupo se encuentran quienes ven estas comunidades en relación a la construcción de la nación, dentro de lo cual juega un papel fundamental el proceso continuo de creación del estado. Finalmente a un tercer grupo pertenecen quienes opinan que estas comunidades se consolidan en un momento de desvanecimiento del estado-nación lo que crea ciertos intersticios que posibilitan el cruce de fronteras.

Las críticas al concepto de comunidad transnacional se han dado básicamente en torno a que éste lleva consigo la romántica noción de *comunitas* que implica igualdad y armonía cuando la realidad

transnacional tiende a establecer divisiones y jerarquías (Mahler, 1998). A pesar de ello, autores como Robert Smith (1998) siguen reivindicando su utilidad para el análisis de procesos migratorios en países como México en donde la presencia del estado no es tan homogénea y donde las localidades tienden a crear un fuerte sentido de comunidad. Para él, las comunidades transnacionales deben ser entendidas en sus especificidades históricas y verlas situadas en jerarquías estructuradas por la raza y género.

En todo caso, lo relevante del concepto de comunidades transnacionales para el estudio de la comunicación mediante imágenes, es la idea de que los migrantes desarrollan distintos tipos de redes sociales que los vinculan con sus países y localidades. Esta vinculación se la puede establecer ya sea por una incipiente solidaridad de clase ante la precariedad de las condiciones laborales (Portes 1997), por la exclusión racial que viven en las sociedades de llegada (Basch et al, 1994), por el fortalecimiento de la etnicidad fuera de los países de origen (Kearney, 1994), por necesidad de reconocimiento de estatus (Goldring, 1998) o por la creación de un sentido de pertenencia e identidad (R. Smith, 1998).

Junto a este primer concepto encontramos la categoría de familia transnacional, la cual alude a familias cuyos miembros viven separados, pero han desarrollado mecanismos para fortalecer un sentimiento de pertenencia a pesar de las fronteras, del tiempo y de la distancia geográfica. En estas familias es clave la idea de conexión, ya que al no contar con la certeza de la interacción cotidiana, sus integrantes deben reforzar los lazos y las relaciones que los unen, de forma “deliberada” (Bryceson y Vuorela, 2002: 15), es decir que deben continuamente recrear y crear nuevas formas de familia.

La perspectiva transnacional en el estudio de las migraciones al poner atención en los contextos de salida y de llegada, y considerar las prácticas que relacionan a estos lugares, posibilita visibilizar a las familias transnacionales y considerar como parte del campo transnacional incluso a quienes a pesar de no moverse son partícipes de este proceso, como por ejemplo los hijos de los migrantes y las personas que se quedan a cargo de su cuidado,

perspectiva que como veremos, es central a la hora de pensar en el flujo de información y comunicación.

Es a raíz de la feminización de las migraciones que el estudio de las familias dentro del proceso migratorio cobra mayor interés. Como lo ha señalado la literatura feminista, existe la tendencia de asociar a la mujer con términos como familia-reproducción-cuidado, por lo que cuando es la mujer quien migra, el espacio familiar, la reorganización del cuidado y la reproducción social se configuran como una problemática de atención dentro de los estudios migratorios. Como bien subraya Carmen Gregorio (1997), este giro va a permitir tomar en cuenta el área de la reproducción que había sido dejada de lado en otras perspectivas teóricas de la migración, y redimensionar la importancia de las relaciones de género dentro del grupo doméstico.

En Ecuador, diversos estudios señalan que justamente es la feminización de la migración lo que vuelve la mirada hacia las familias ecuatorianas y crea un discurso de preocupación sobre la “desestructuración” de los hogares de migrantes, discurso que frecuentemente culpabiliza a las mujeres y critica la situación de los hijos que se han quedado en el país de origen (Camacho y Hernández 2005, Herrera y Carrillo 2005, Meñaca 2005, Pedone 2003, Wagner 2007, Suárez et al, 2007).

Más allá de la alarma social, es importante observar las nuevas modalidades de familia creadas con la migración y su sostenimiento, el mismo que implica su reproducción económica, social, afectiva y simbólica. Como veremos a continuación, en la sociedad ecuatoriana la práctica de la fotografía y la filmación de videos están desempeñando un papel importante en la creación de vínculos entre los miembros de las familias transnacionales.

2. PRIMER NIVEL. RETRATOS MÁS ALLÁ DE LO PRIVADO

Como se mencionó al inicio, el ejemplo que se presenta en este acápite habla de la circulación de fotografías privadas en un medio no privado, y que sirven para fortalecer la cohesión familiar al mismo tiempo que crean un sentido imaginado de unidad nacional.

El Comercio es uno de los principales diarios del Ecuador con un amplio tiraje nacional y con su respectiva edición digital. Desde hace un par de años creó una sección titulada “Album” para facilitar que los migrantes y sus familiares coloquen fotografías y así puedan permanecer en contacto; de hecho el eslogan de esta sección es precisamente “Imágenes que unen a la familia” y ha tenido una acogida positiva por parte de sus lectores. Este espacio está abierto tanto en la versión impresa como en la digital, y en ellas los parientes colocan sus fotografías (en su mayoría retratos) acompañadas de saludos o mensajes.

Estas fotografías nos hablan de los lugares hacia donde han emigrado los ecuatorianos, de las localidades de las cuales han salido, de los temas más comunes para fotografiar, y de las ocasiones más importantes para quienes se encuentran fuera, pero fundamentalmente el hecho de que un periódico nacional haya visto la necesidad de incluir una sección como ésta nos permite ver lo relevante de la migración para un país como Ecuador y de lo importante de la imagen fotográfica para poder seguir creando un sentido de familia y de comunidad.

Este “Album” se compone de tres partes: “Uno más en mi familia”; “Mi familia a lo lejos” y “Juntos por el mundo”. La primera está dedicada a la presentación de nuevos miembros de la familia, por lo general bebés que han nacido ya sea entre los familiares que se encuentran en Ecuador o España; en la segunda se encuentran personas solas o grupos de amigos que envían fotografías para sus parientes; y la tercera parte que está reservada para parejas. Es fundamental el mensaje que acompaña a estas fotografías, porque aquí se menciona lo que se extraña de Ecuador (la comida, los lugares) y se aprecia que quienes envían los retratos se dirigen a un auditorio que está fuera de su círculo íntimo: “saludos a todos quienes leen el diario”, “quiero compartir estas fotos con todos mis compatriotas”, y los catapulta fuera del ámbito privado.

Resulta interesante que en las fotografías se aprovecha para incluir dentro de cuadro a objetos marcadores de estatus y demostrar los logros obtenidos, como por ejemplo las imágenes de viajes o un retrato en donde aparece un migrante en Italia junto al Presidente de la

República del Ecuador, Rafael Correa. Ello justamente ilustra las palabras de Luin Goldring (1998) quien dice que las comunidades transnacionales adquieren relevancia porque ofrecen a los migrantes un contexto idóneo en donde pueden encontrar valorizadas sus demandas y la oportunidad para incrementar su estatus. Estas comunidades estarían compartiendo “sentidos”, narrativas comunes y formas de entender y dimensionar estos marcadores de estatus. En efecto, las comunidades de origen siguen siendo los principales referentes identitarios para quienes no se encuentran en su país, y debido a la frecuente pérdida de estatus social de los migrantes en las sociedades receptoras, es muy importante obtener reconocimiento en la sociedad de origen y demostrar que se ha triunfado.

Por otro lado, en el ejemplo de *El Comercio* las imágenes actúan como sostiene Smith (1998) reforzando el “nosotros” y colocando en manos de los migrantes la capacidad de crear la simultaneidad, es decir, la sensación de que la experiencia propia es igual a la de otros que hacen lo mismo en más o menos el mismo tiempo, sensación que es fundamental para la creación de una “comunidad imaginada”. Pienso en un caso concreto: La conmemoración del día del padre que en Ecuador se celebra el tercer domingo de junio, y que dista mucho de ser la fecha en la cual esta fiesta tiene lugar en España o cualquier otro país europeo. El hecho de que los migrantes asentados en estos países puedan compartir las fotografías y los buenos deseos hacia los padres en un tiempo que todos decodifican como “el adecuado”, profundiza el sentimiento de un nosotros-ecuatorianos y facilita la sensación de simultaneidad de un mismo acontecimiento entre las familias al uno y otro lado del océano. Así lo grafica el siguiente mensaje colocado a pie de foto en una de las secciones revisadas: “Gracias a El Comercio, por esta oportunidad que nos presenta, para que a través de este medio nos unamos todos los ecuatorianos en el mundo” (www2.elcomercio.com).

3. SEGUNDO NIVEL. IMÁGENES POR ENCARGO

El segundo ejemplo lo encontramos en Catamayo, un pequeño cantón de la sierra ecuatoriana ubicado en la provincia de Loja, y a diferencia del caso anterior no actúa en un nivel nacional sino que se queda a

medio camino entre lo privado y lo grupal, pero su objetivo principal sigue siendo el de mantener en contacto a los integrantes de las familias transnacionales.

José Luis es un fotógrafo que tiene su pequeño e improvisado estudio en el mercado cercano al parque central. Una de sus nuevas funciones es filmar los cumpleaños, bautizos y otros eventos de los familiares que se encuentran en Estados Unidos y España para después enviar las imágenes a los migrantes. Otra petición fundamental suele ser la de filmar la celebración de la Virgen del Cisne, patrona de Catamayo y de toda la provincia de Loja. Finalmente un último tipo de encargo es grabar el avance en la construcción de las casas levantadas con la inversión que realizan los parientes a partir de las remesas que reciben. Quien contrata estos servicios por lo general es la persona que ha viajado, y José Luis comenta que cada vez son más los migrantes que utilizan sus servicios porque ello incluye la grabación de los eventos con su filmadora, y el posterior montaje y transferencia a soporte cd, “un servicio completo” –como él afirma.

La figura de José Luis no es una excepción entre los habitantes de los pequeños pueblos del Ecuador ya que el rol de este tipo de fotógrafos en estas zonas suple la falta de acceso a determinadas tecnologías visuales y al manejo de ellas por parte de los migrantes o sus familias. Su caso nos ilustra el contacto entre los familiares a través de un intermediario que es quien recibe el encargo, escoge lo que filmará y luego edita las imágenes. En este caso no es la subjetividad del migrante o de sus familiares lo que se percibe en el material filmado, sino los temas relevantes a nivel social, como son los eventos comunitarios, la materialización de las remesas, y las ceremonias familiares. Estas ocasiones son de tal importancia para los migrantes que su filmación es delegada a un experto que asegura cierta calidad técnica, confiere mayor estatus a las fiestas familiares y certifica que las imágenes se producirán. Si examinamos las temáticas que José Luis tiene por encargo filmar, podremos hacer una lectura de cuál es el significado que tienen estas imágenes en el contexto de la migración.

En primer lugar está la procesión de la Virgen del Cisne y su potencial cohesionador para los migrantes ecuatorianos en general, y particularmente para quienes proceden de la provincia de Loja. La

romería de la Virgen del Cisne se la realiza todos los años el día 17 de agosto. Los fieles emprenden una caminata desde el Santuario de El Cisne, luego pasa por San Pedro de la Bendita, se dirige a Catamayo, y finalmente el día 20 llega hasta la Catedral ubicada en la ciudad de Loja. Este tipo de rituales son la oportunidad idónea para que migrantes y no migrantes interactúen y se sientan unidos por la práctica de una misma devoción, en donde los códigos religiosos que se ponen de manifiesto son compartidos por todos. En Catamayo la imagen de la Virgen del Cisne se queda los días 18 y 29 y durante todo este periodo se realizan espectáculos musicales, juegos pirotécnicos y diversos actos en Su homenaje. José Luis comenta que a pesar de que la procesión todos los años sigue un mismo patrón, siempre hay pequeñas variaciones que los migrantes le solicitan filmar: el discurso del alcalde, los músicos que intervienen, los castillos pirotécnicos. Lo que interesa fundamentalmente es poder observar en imágenes una celebración añorada, sentirse parte de la comunidad religiosa de Catamayo, y con frecuencia, observar su propia participación-ausente dentro de la conmemoración a la Virgen, ya que los migrantes suelen colaborar con dinero para aportar con algún detalle dentro de la fiesta. La participación como espectador o como espectador-participante, el envío de remesas, y la visibilización del migrante dentro de su comunidad, forman parte de las vivencias transnacionales que se unen a los significados religiosos personales.

Otro de los temas que salen a la luz con las filmaciones de José Luis, es el de las remesas y de los flujos de poder que circulan entre las familias transnacionales. Qué significa que un migrante encargue al fotógrafo el registro progresivo del avance en la construcción de su casa? Por un lado, ello nos habla de que los videos permiten la posibilidad de intervenir en las decisiones de los hogares de origen, pero también de la existencia de mecanismos de control a través de la distancia. Como bien señala Herrera (2005) es interesante resaltar los procesos de acceso, uso y control de las remesas por parte de los diferentes actores involucrados para observar las formas de ejercicio del poder intrafamiliar. Por otro lado, la construcción de la casa suele ser uno de los principales objetivos dentro del proyecto migratorio, y es uno de los rubros básicos hacia donde se destinan las remesas, después del consumo diario y el pago de la deuda (FLACSO /UNFPA,

2005). Tener constancia en imágenes de la edificación de la casa es un indicador del éxito del proyecto migratorio del migrante y un elemento en común importante que comparten los miembros de la familia y que nunca puede ser comprendidas con igual intensidad por alguien que no pertenezca al grupo familiar.

La última temática pone en relación a los videos con la existencia de momentos relevantes para las familias, de manera que en los cumpleaños, primeras comuniones, bautizos o matrimonios existe una mayor preocupación por registrar estas imágenes y solemnizar dichos momentos. Para el migrante, tales celebraciones son el contexto ideal para reafirmar su presencia simbólica y muchas veces material dentro de la familia. La generalidad de estos videos incluye tomas del inicio de la fiesta, de la asistencia de amigos y familiares, y destina un espacio extenso a los saludos que unos y otros envían al migrante. Es muy importante el momento en que se presenta a los nuevos miembros de la familia y se muestra a los pequeños que han crecido, ya que una de las principales funciones de la fotografía en las familias transnacionales es lo que denomino como “actualización periódica del parentesco”.

4. TERCER NIVEL. CRONISTA DE FAMILIA

El tercer y último ejemplo es la historia de Grace, una ecuatoriana que migró a España y que viaja cada año a Ecuador. Con su cámara registra varios sucesos y eventos tanto en su país de origen como en el país en el que ahora reside, para después enviarlos a su familia o para visionarlos con amigos y parientes. A diferencia de los otros dos casos, aquí se aprecian elementos subjetivos en la producción, selección y envío de imágenes, y las ponen en relación con las vivencias, pensamientos y sentimientos que son propios de un sujeto.

Grace vive en Parla, un municipio ubicado en la zona sur de Madrid con Germán, su actual pareja y dos de sus hijos. Ella proviene de la región de la costa ecuatoriana, específicamente de Bahía de Caráquez y llegó a Madrid en 1999 cuando aun no se exigía visado a los ciudadanos ecuatorianos. Gracias a sus redes de parentesco pudo encontrar alojamiento y trabajo de forma inmediata ya que sus

sobrinos se encontraban previamente en esta ciudad. Grace dejó en Bahía de Caráquez a su esposo y sus tres hijos: James, Jennifer y Nilda. El principal motivo para emigrar fue la situación económica de la familia, y la necesidad de pagar algunas deudas. Se sintió insegura pero animada al sentir el respaldo de su red familiar en España.

En Ecuador Grace trabajaba como contable en una empresa y actualmente se desempeña como empleada doméstica en una casa en Madrid. En este tiempo se ha separado de su esposo y ha logrado traer consigo a sus hijos James y Nilda, aunque todavía no ha podido traer a Jennifer. Esta mujer dejó a sus hijas cuando eran pequeñas y debido a que aun no tenía regularizada su situación en España no pudo viajar para visitarlas durante cuatro años. Cuando finalmente llegó a Bahía de Caráquez y una de sus hijas estaba esperándola en la estación de autobuses, Grace no la reconoció, “que tus hijos no estén como tú los dejaste es algo que no entra en la cabeza” –comenta. A partir de entonces se prometió a sí misma fotografiar y filmar situaciones que la pudiera acercar más a su familia.

Una vez que llegó a España y con su primer sueldo su hijo James le regaló una cámara de video, y ahora Grace ya puede filmar con más destreza. Confiesa que durante mucho tiempo tuvo miedo de manipular la cámara, pero que ante la insistencia de su hijo y de Germán decidió arriesgarse.

Esta migrante nos cuenta que las primeras tomas que realizó fueron del piso donde vivía en un principio por la zona de La Latina, también la Puerta del Sol porque para ella es un símbolo importante porque las edificaciones le parecen “muy españolas”, y grababa también a sus amigos y vecinos. Para ella el video se vuelve un testimonio de veracidad, algo que no puede falsear la realidad. Al respecto comenta “mis hijos tenían que ver de qué manera era (España), si de pronto algún día se animaban a querer venir, entonces ya veían si les gustaba o no. Porque yo no les quería engañar diciendo si esto es así, o asá. Quería que ellos vieran”.

La relación que esta migrante tiene con el video está ligada a su particular trayectoria migrante y a los deseos de reunificación con sus hijos y del replanteamiento de sus relaciones de pareja. La lectura que un/una migrante hace de sí mismo es fundamental para observar cómo

interpreta su situación objetiva y cómo concibe la utilidad de las imágenes.

A Grace el video le sirve para documentar su vida en España y mostrárselas a sus hijos (ahora a Jennifer) y a sus otros parientes en Bahía de Caráquez. Hace poco ella y Germán viajaron a Ecuador para conocer a sus respectivas familias. Allí proyectaron los videos filmados en Madrid y además grabaron la crónica del viaje para poder traer imágenes de Ecuador a su regreso a España y para que sus hijos y amigos pudieran conocer a los padres de Germán.

En un principio, Grace vive la migración como una dolorosa separación con sus hijos por lo que las imágenes que filma van a estar dirigidas a lo que ella concibe que es ser una “buena madre”, como el informar a sus hijos “la verdad” de su vida en España. Por otra parte, el hecho de que aun tenga a su hija Jennifer en Ecuador hace que procure tener una comunicación fluida con ella y que le envíe videos para construir y re-construir constantemente el sentido de la unidad familiar y que la joven no se sienta excluida.

Para ella, la decisión de filmar y el contacto con la cámara filmadora representan el tener poder sobre las imágenes de su familia y se siente orgullosa de ello como algo que forma parte de las diferencias entre Grace antes y Grace después de migrar.

En el ejemplo de Grace, resulta interesante que la producción del video tiene como objetivo registrar imágenes que le sirviesen como memoria para sí misma y para convertirse ella en la portadora de este álbum visual familiar que transporta de un contexto a otro.

CONCLUSIONES

Después de este recorrido por estos tres diversos casos podemos observar con mayor claridad el hecho de que las imágenes fotográficas no son sólo un reflejo sino que están participando en la construcción de las familias y comunidades transnacionales.

Respondiendo a la pregunta planteada al inicio de esta comunicación, diríamos que básicamente existen dos particularidades de las fotografías entre migrantes, la una es la de actuar como una intensa

consolidación periódica del parentesco, y la otra es la posibilidad de reforzar la presencia-ausente.

La fotografía está ligada a su función familiar, o como dice Pierre Bourdieu (1989), “a la función que le atribuye el grupo familiar”, que es la de solemnizar los momentos de la vida en familia y la reafirmación de la cohesión familiar. Si esta es una función de la fotografía familiar en general, en el mundo de las familias transnacionales en donde existe la imposibilidad de la interacción cotidiana se vuelve una necesidad mucho más apremiante. Después de los ejemplos revisados, se podría añadir que además la fotografía cumple la función de ser la actualización periódica del parentesco. Ya sea en los retratos enviados a *El Comercio*, los videos que filma el fotógrafo José Luis o el álbum familiar de Grace, vemos que las imágenes permiten ir renovando la idea que una persona tiene sobre el aspecto de sus parientes, ser partícipe del crecimiento o envejecimiento de sus seres queridos, e incluso posibilita el conocimiento de nuevos integrantes de la familia, niños que nacen, o nuevas parejas que se forman.

Por otro lado, la fotografía funciona como una suerte de suplantación de la presencia que estaría actuando *en* el presente. Los mensajes del día del padre, la participación en la procesión de la Virgen del Cisne o la familia que Grace re-construye para su hija en Ecuador, nos comentan que los migrantes no envían imágenes de sí mismos solamente para que sus familiares los recuerden, sino para que unos y otros estén al tanto de su vida actual y de su presente.

BIBLIOGRAFÍA

BESSERER, Federico 1999 “Estudios transnacionales y ciudadanía transnacional” en Gail Mummert (ed) *Fronteras fragmentadas*, México, Colegio de Michoacán, CIDEM, pp. 215-238.

BASCH, Linda, GLICK SCHILLER, Nina y SZANTÓN BLANC, Cristina (1994). *Nations Unbound: Transnational Projects, Postcolonial Predicaments and Deterritorialized Nation-States*; London, Gordon and Breach Publishers.

BOURDIEU, Pierre (1989) *La fotografía. Un arte intermedio*, México, Nueva Imagen.

BRYCESON, Deborah y VUORELA, Ulla (2001) *The Transnational Family*, New European Frontiers and Global Networks, Oxford, Oxford University Press.

CAMACHO, Gloria y HERNÁNDEZ, Katya (2005) *Cambió mi vida. Migración femenina, percepciones e impactos* Quito, UNIFEM CEPLAES.

FACULTAD LATINOAMERICANA DE CIENCIAS SOCIALES, Y EL FONDO DE POBLACIÓN DE NACIONES UNIDAS-UNFPA (2006) *Ecuador: Las cifras de la migración internacional*, Quito, FLACSO.

GREGORIO, Carmen (1997) “El estudio de las migraciones internacionales desde la perspectiva de género”, *Revista Migraciones* N° 1, pp. 145-175.

GOLDRING, Luin (1998) “The Power of Status in Transnational Social Fields”, in M.P. SMITH y L.E.GUARNIZO (eds) *Transnationalism From Below*, Comparative Urban & Community Research, Volumen 6, California, University of California, California, pp.165-195.

HERRERA, Gioconda y CARRILLO, M. Cristina (2005) “Los hijos de la migración”. Informe de investigación presentado a ALISEI.

HERRERA, Gioconda (2005). “Remesas, dinámicas familiares y estatus social: una mirada de la emigración ecuatoriana desde la sociedad de origen”, en N.ZÚÑIGA (coord), *La migración, un camino entre el desarrollo y la cooperación*, Madrid, Centro de Investigaciones para la Paz.

KEARNEY, Michael (1994) “Desde el indigenismo a los derechos humanos: Etnicidad y política más allá de la mixteca.” *Nueva Antropología*, N°. 46, pp. 49-67.

LEVITT, Peggy, y GLICK SCHILLER, Nina (2004) “Transnational Perspectives on Migration: Conceptualizing Simultaneity” *International Migration Review*, Vol. 38, N° 3, pp. 1002-1039.

MAHLER, Sarah (1998) "Theoretical and Empirical Contributions Toward a Research Agenda for Transnationalism", in M.P. SMITH y L.E. GUARNIZO (eds) *Transnationalism From Below*, Comparative Urban & Community Research, Volumen 6, California, University of California, pp. 64-100

MEÑACA, Arantxa (2005) "Ecuatorianas que viajaron. Las mujeres migrantes en la familia transnacional", en G. HERRERA; M.C. CARRILLO y A. TORRES (eds) *La Migración Ecuatoriana: transnacionalismo, redes e identidades*, Quito, FLACSO-Plan Comunicación, Migración y Desarrollo.

OSO, Laura. (2008) "Migración, género y hogares transnacionales", en J. GARCÍA ROCA y J. LACOMBA (eds), *La inmigración en la sociedad española*, Barcelona, Edicions Bellaterra, pp. 561-586

PEDONE, Claudia (2003) "Las relaciones de género en las familias ecuatorianas dentro del contexto migratorio internacional hacia el Estado español", *Traballes de la Societat Catalana de Geografia* 79.

PORTES, Alejandro (1997) *Globalization from Below: The Rise of transnational Communities*, Princeton University Press, New York.

SORENSEN, Nina (2002) "New Landscapes of Migration: Comparing transnational migration and theory in the US and Europe". Congreso de Sociología, Brisbane, Australia.

SMITH, Robert (1998) "Transnational Localities: Community, Technology and the Politics of Membership within the Context of Mexico and U.S. Migration", in M.P. SMITH y L.E. GUARNIZO (eds) *Transnationalism From Below*, Comparative Urban & Community Research, Volumen 6, California, University of California, pp. 196-238.

SMITH, Michael Peter, y GUARNIZO, Luis (1998) "The Locations of Transnationalism" in *Transnationalism From Below*. Comparative Urban & Community Research, Volumen 6, California, University of California.

SUÁREZ Liliana, CASTELLÓN, Susana y ANADÓN, Eva (2007) "La mujer indígena ante la migración: estudio de caso de una

comunidad andina”. V Congreso sobre la Inmigración en España, Valencia.

VUORELA, Ulla (2002) “Transnacional Families: Imagined and Real Communities”, in D. BRYCESON, y U. VUORELA, *The Transnational Family. New European Frontiers and Global Networks*, Oxford, Oxford International Publishers, pp. 63-82.

WAGNER, Heike (2007) “Maternidad transnacional y estigmatizaciones de mujeres ecuatorianas en Madrid: una investigación más allá de estereotipos”, V Congreso sobre la Inmigración en España, Valencia.

WIMMER, Andreas y GLICK SCHILLER, Nina (2002) “Methodological Nationalism and Beyond: Nation-State building, Migration and the Social Sciences”, *Global Networks* 2(4): 301-334.

TECNOLOGÍAS DIGITALES Y ESCRITURA ETNOGRÁFICA

NADJA MONNET

École Nationale Supérieure d'Architecture La Villette, Paris
Universitat de Barcelona

Antes de empezar, quisiera mencionar que estas reflexiones surgieron a raíz de un trabajo de campo realizado con María Isabel Tovar sobre la Plaza de Catalunya y para el cual recibimos, en el 2005, una financiación por parte del Inventari del Patrimoni Etnològic de Catalunya (IPEC) del Departament de Cultura de la Generalitat de Catalunya. *Al cor de la ciutat: anàlisi dels bategs de la Plaça de Catalunya a Barcelona* se inscribe en la línea de los trabajos incentivados por Manuel Delgado desde hace ya más de una década y que apuestan por una etnografía de los espacios urbanos.

Con este proyecto quisimos analizar el espacio para entender la dinámica de la plaza. Nuestra mirada se orientó a descubrir la variedad de los usos y construcciones en este espacio de tránsito y transición (entre la nueva y vieja ciudad), a través del discurso de las interacciones y de los desplazamientos más que de los intercambios discursivos. Por eso, hemos analizado los distintos espacios de la plaza en función del tiempo, de los días laborales o festivos. Si bien no pudimos cubrir las 24 horas del día, hemos intentado captar un máximo de cambios de usos y de usuarios de la plaza.

Postulamos por una etnografía que observa de qué manera los ciudadanos¹ se desplazan, se mueven y utilizan su entorno, sin pedirles que razonen y que elaboren un discurso sobre sus prácticas cotidianas. Partimos de los espacios para llegar a los usuarios que los atravesaban u ocupaban. Sin negar las aportaciones de las perspectivas

¹ A entender en su primer sentido de “natural o vecino de una ciudad” y no tanto en su acepción más común de “sujeto de derechos políticos que interviene, ejercitándolos, en el gobierno del país del cual es un natural”. Como bien sabemos, no todos los habitantes de la ciudad son ciudadanos, aunque todos residan en el mismo espacio e incluso puedan sentirse parte del lugar.

macros y del imaginario, trabajamos desde una perspectiva más bien micro, tirando hacia lo que Pierre Sansot llama *las formas sensibles de la vida social* (1986) o lo que François Laplantine llama una *antropología modal* (2005). Concretamente con el proyecto de Plaza Catalunya, apostamos por captar paisajes sonoros y visuales intentando retratar la urbanidad en movimiento así como sus formas socioespaciales.

Lejos de predicar nuevas metodologías, concibimos el trabajo de campo, tomando prestada la terminología a Laurent Berger (2005: 87), como polimorfo (es decir construido sobre la articulación de varias técnicas) y baricéntrico (*barycentré*), o sea, organizado tomando una técnica particular como base, alrededor de la cual las demás técnicas trabajan para la plena productividad de la primera. Por lo tanto, preconizamos una etnografía relativamente “clásica” que evidentemente es a la vez un proceso (el trabajo de campo) y un producto (la escritura etnográfica), ambas dimensiones estando estrechamente vinculadas. Sin embargo a la hora de presentar los resultados, el formato libro nos pareció poco adecuado, teniendo entre nuestras manos un abundante material fotográfico que queríamos acompañar de sonidos, elementos complicados, y para los registros sonoros, imposibles de incorporar en un formato en papel. De ahí nuestro interés en las herramientas que nos proporcionan los formatos CD-rom y/o la red internet. Antes de presentar estas reflexiones, me pareció importante explicitar de manera más detallada nuestra manera de proceder durante el trabajo de campo.

1. ALGUNAS CONSIDERACIONES SOBRE EL TRABAJO DE CAMPO

Frente a ciertas tendencias actuales de realizar trabajos de campo, casi exclusivamente sobre la base de entrevistas, considero importante estar a la escucha y observar atentamente el entorno en el cual uno trabaja. Siguiendo a autores como Anne-Marie Losonczy (2002), reivindicó el silencio como una herramienta importante en el trabajo de campo. Dar tanto peso a la percepción del entorno, me incitó a reflexionar sobre lo que significa mirar, observar.

El tipo de mirada que adopta el etnólogo en el trabajo de campo ha sido ampliamente discutido. Claude Levi-Strauss introdujo la noción de mirada distanciada (*regard éloigné*) que marcó de manera duradera la disciplina en sus condiciones de elección de la unidad de análisis. Más recientemente, Colette Pétonnet (1982) reivindicó una mirada más flotante; Yves Delaporte (1987) habló de mirada desplazada (*regard décalé*), y Isaac Joseph (1998), de observación natural. Otros como Delgado (1999) y Laplantine (2005) reivindican la cinematografía como fuente de enseñanza para el/la etnógrafo/a. Como recuerda Maurice Godelier (2002: 209), la profesión de antropólogo/a no puede esconder su faceta algo *voyeur*, lo cual no implica una observación realizada a escondidas sino, más bien una postura que Jean-Didier Urbain (2003) ha descrito como *l'insu ethnographique*, es decir, saber cambiar su apariencia siendo siempre dueño de esta metamorfosis y capaz de controlar sus efectos.

Ya no se puede ignorar que la investigación y la escritura son prácticas discursivas con implicaciones claramente políticas que implican elecciones, lo cual a su vez influyen en la manera de observar. Las miradas hacen existir los objetos que luego el lenguaje formal organiza. Son el resultado de posturas, de maneras de posicionar y desplazar su cuerpo en el espacio. De la postura del observador, vinculada al sitio que ocupa en el espacio social y las maneras que tiene de despalzarse en él, derivan las maneras de ver o de no ver, o sea en última instancia de las construcciones del objeto. El conocimiento objetivo no escapa a la regla: el pintor está en el cuadro, la mirada sobre la ciudad es también una mirada en la ciudad².

1.1. Observar, mirar, ver y conocer

Sin embargo, mirar no es exactamente ver³ como escuchar no es sinónimo de oír. Sin entrar en la historia de la mirada y su economía, quisiera subrayar que ésta está influenciada por el proyecto, las

² Gareth Stedman (1996) lo demuestra perfectamente al analizar la manera de concebir Manchester por parte de Friedrich Engels.

³ En relación a la diferencia entre ver y mirar son muy sugestivas las páginas de Laplantine (1996: 15-19) en las cuales distingue entre la mirada etnográfica y las “encuestas” sociológicas.

perspectivas y las metas que el/la investigador/a se fija. Entre mirar y ver o escuchar y oír hay una mediación, la de la relación al mundo, una visión del mundo con sus sistema de creencias. A principios de los años 1970 varios pensadores, tales como Gastón Bachelard, ya habían insistido sobre el hecho de que vemos sólo lo que conocemos o por lo menos lo que podemos integrar en un sistema coherente y luego con el tiempo desarrollar representaciones significativas. Visión y conocimiento están por lo tanto íntimamente vinculados y la experiencia de la mirada desborda la mera sensación: es también la experiencia de una relación al mundo.

Para demostrar que saber y ver están inextricablemente vinculados y que la mirada es a la vez producida y productora de lo social, Anne Sauvageot (1994) analiza tres momentos de la mirada occidental: la época griega, el Renacimiento y el mundo actual. Según esta autora, en la Grecia Antigua, la mirada hubiera sido un acto más táctil que óptico en el cual el ojo palpaba, por así decirlo, los objetos a distancia. El Renacimiento, con la invención de la perspectiva linear, operó una cierta racionalización de la mirada que, por otra parte, parece seguir dominando ampliamente nuestra manera de pensar y ver hoy en día. “La perspectiva linear, más allá de un estilo figurativo o una manera de representar, inaugura un espacio visual cuya presión normativa ejerce, aún hoy en día sobre nuestra propia visión, una influencia tanto neurofisiológica como cognitiva y simbólica” (Sauvageot, 1994: 85). Con ella, la visión se distancia de su objeto, sustrayendo el individuo del contacto inmediato del objeto y lo visible está gestionado de otra manera. El ojo desencarnado se vuelve él de la razón que clasifica el mundo según su propia lógica. El ver a partir de este momento se vuelve el vector privilegiado de un pensamiento de la dominación, sometiendo la materia a los imperativos de su mecánica. Para nuestra época, Sauvageot considera que el ojo humano está sometido a una aceleración radical de los estímulos que lo asaltan y bajo esta presión, nuestra visión tendría a reanudar con una sensorialidad auditiva y tactilomuscular que había sido descartada por los imperativos de la racionalidad cartesiana. Hoy en día nuestros sentidos están confrontados cada día de manera más aguda al reto de la velocidad: “de un mundo de las cosas hemos pasado a un mundo de las acciones que el ojo mediatiza a través de un proceso de desrealización

creciente” (Sauvageot, 1994: 182), lo cual plantea una nueva manera de percibir la realidad⁴.

Si nuestra manera de ver las cosas está influenciada por lo que conocemos, ésta, a su vez, está gobernada por las modalidades de nuestro conocimiento. La observación, como lo vimos anteriormente, es “un pensamiento en el acto, atrapada en el movimiento de la vida” (Laplantine, 1996: 87). Observar supone por lo tanto tener una meta, intenciones y, según la fórmula de Carl Havelange (1998), en el cruce de lo visible y de lo invisible, la mirada hace existir.

1.2. Fotografías acompañadas de ambientes sonoros

Si el ojo es un dispositivo óptico (este algo instalado entre el mundo y el sujeto), cualquier prolongamiento técnico de este dispositivo, para acercarse a lo más pequeño o a lo más grande, hace esta evidencia aún más material. Se vuelve entonces permanente la cuestión de la confianza: ¿de quién fiarse? Las respuestas varían en función del estado del conocimiento y de las máquinas⁵. Marc-Henri Pault (2000) nos recuerda que hace más de 50 años, Jean Epstein descubría que el cine era un dispositivo experimental que no hacía más que inventar una imagen plausible del universo. Mostró que el cine se dedicaba a volver real la combinación del espacio con el tiempo. Sin embargo, según Epstein, esta realización eran efectos especiales que se acercaban a “un método según el cual el mismo espíritu humano se fabrica generalmente una realidad ideal” (Epstein, citado por Pault, 2000: 271).

⁴ Para más detalle sobre las nuevas maneras de espacializar y de representarse las cosas, ver las páginas 221 a 223 de su libro, así como Regis Debray (1992) que intenta cernir los códigos invisibles de lo visible. Si este autor reconoce que resulta imposible conocer del todo nuestra manera de ver, ya que siempre se encuentra algunas zonas de sombras, quiso sin embargo poner en evidencia algunos de los prejuicios del ojo occidental.

⁵ Para más detalle, referirse entre otros a Sicard (1998). Este autor interroga el gravado, la fotografía y la imagería científica, así como los aparatos que acompañan su producción y difusión quienes condicionan nuestros conocimientos y nuestra mirada. Escribe: “No fabricamos el mismo planeta si se mira Marte a simple ojo, si se observa con una óptica mediocre o si se envía un robot con captadores recoger su superficie. Los sistemas técnicos de la observación así como los de producción de imágenes que les son asociados, estructuran los conocimientos e influyen en los imaginarios” (Sicard, 1998: 250).

Utilizar fotografías acompañadas de ambientes sonoros por lo tanto no es exactamente lo mismo que filmar. Estas elecciones implican posturas, incluso posicionamientos, no exactamente iguales, aunque no sean radicalmente opuestos. Podemos decir que no hemos descartado uno porque el otro era imposible a realizar. Una película sobre la plaza de Catalunya hubiera sido posible y sigue siendo posible. Sin embargo, plantearía otra mirada y pediría una manera distinta de trabajar que la por la cual hemos optado. La película y la fotografía son dos instrumentos y dos estrategias diferentes con metas distintas. En el debate entre ambos métodos, se suele admitir que la imagen fija describe lo pasado, un instante decisivo apenas perceptible por el ojo humano, mientras que la tensión de la película se sitúa más bien del lado del futuro, de lo que va ocurrir. Las fotografías son retrospectivas mientras que las películas son más bien anticipadoras. “Ante una fotografía uno busca lo que estaba ahí. En el cine esperas a ver qué viene a continuación. Toda narrativa cinematográfica, en este sentido, es aventura: avanza, llega [...] Por el contrario, si existe una forma narrativa intrínseca a la fotografía fija, ésta buscará lo que sucedió, como ocurre con los recuerdos o reflexiones” (Berger y Mohr, 1998: 279-280).

Con María Isabel Tovar concebimos el uso de registros (foto)gráficos y sonoros en el trabajo de campo como elementos fundamentales de la investigación y no sólo como meras herramientas. Siguiendo a Albert Piette (1996: 150), pensamos que el *déclíc* fotográfico (al cual hemos añadido el *déclíc* sonoro) como un método ideal para poner énfasis en los más mínimos detalles de la vida cotidiana y estimular una nueva mirada sobre lo social. El hecho de disociar el audio del visual⁶ y de trabajar con imágenes fijas permite un mejor efecto de ruptura para el ojo que la película. Más que reproducir lo visible, las fotografías vuelven visibles detalles que podrían parecerse apercibidos a simple ojo. Del mismo modo, los registros sonoros permiten escuchar mejor. Las imágenes y los sonidos no son por lo tanto documentos neutros. Son a la vez fuente de información e interpretación de lo real. Por otra parte, más que meras ilustraciones, los registros fotográficos y sonoros que captamos durante el trabajo de campo se convirtieron en

⁶ Para más detalles, referirse a Monnet, Tovar (2006).

verdaderas herramientas de trabajo y en fuente de reflexiones que nos permitieron construir la etnografía de esta plaza.

Estos registros son un proceso continuo de interpretación y reinención, un proceso de recreación. Por el hecho de ser un producto cultural y científico, la fotografía, el audio y el cine constituyen representaciones audiovisuales basadas en la selección y el montaje cuidadoso de imágenes y sonidos para elaborar un relato y defender una perspectiva. Reflexiones que nos lleva a plantear el tema de la presentación de la etnografía.

2. REFLEXIONES SOBRE LA ESCRITURA DE LA ETNOGRAFÍA

Como bien subraya Yves Winkin (1996), hacer una etnografía no significa sólo saber observar, educar su mirada sino también saber escribir. La tarea fundamental del/ de la *etnógrafo/a*, como lo deja entender claramente la etimología de la palabra, consiste en escribir. El trabajo de escritura se realiza de varias maneras: redactando textos, obviamente, pero también esbozando esquemas, planes, bosquejos, tomando fotografías, grabando sonidos, etc. Es seguramente el momento más complicado de la etnografía y para sentirse cómodo/a con ello, hay que ejercitar las parejas ojo/mano y mirada/escritura hasta que se vuelven lo más natural posible.

Si bien, ya en 1975, Margaret Mead llamaba la atención sobre el dominio de la escritura sobre lo visual en antropología, hoy en día, la situación no ha cambiado mucho, a pesar del reconocimiento cada vez más afirmado de la llamada antropología visual que algunos recientemente volvieron a calificar de audio-visual para insistir también en su parte sonora.

Curiosamente en nuestro mundo lleno de imágenes, las palabras siguen siendo más importantes que las imágenes. La información en la sociedad actual se presenta principalmente bajo la forma de imágenes fijas o en movimiento, acompañadas de textos escritos u orales. Sin embargo, pocas investigaciones son realizadas en base a fotografías o películas (aún menos en base a sonidos) con textos. No se suele desarrollar una teoría con imágenes y/u sonidos.

La antropología sigue siendo, ante todo, una disciplina verbal y además, como lo menciona Patrick Gaboriau (1997), mirando hacia modelos de escritura que fechan del siglo XIX. El/la etnógrafo/a debería explorar las nuevas posibilidades que nos proporcionan las tecnologías actuales, sin limitarse, como se suele hacer habitualmente, a la dimensión lineal y unidimensional (texto, esquemas, cuadros con datos cuantitativos, etc.) del registro gráfico.

Los post-modernos tienen el mérito de haber introducido un cuestionamiento no sin sentido sobre el estatus del conocimiento antropológico y la escritura etnográfica. Sin embargo, como lo subraya Gaboriau (1997), el problema de la materialización de lo oral (transcripción de las entrevistas y su utilización en la presentación de las conclusiones del trabajo) así como la cuestión de la disposición de las ideas no son suficientemente teorizados en etnología. En cambio, en otros ámbitos, son imprescindibles: “En un relato literario o una película, es obvio: la construcción del texto y el montaje de las imágenes son esenciales. Con las mismas imágenes ordenadas de manera distinta, se puede obtener varios resultados. El montaje no es simplemente la presentación de algo sino que participa del sentido mismo de la obra” (Gaboriau, 1997: 203). Toda narración propone un acuerdo entre las relaciones no declaradas, pero asumidas, existentes entre los sucesos. Todos los relatos son discontinuos y están basados en un acuerdo tácito sobre lo que se dice, sobre lo que une las discontinuidades.

La reflexión debería por lo tanto orientarse alrededor de los problemas de composición. Desde este punto de vista, la manera de proceder de Jacques Hainard, antiguo director del Museo etnográfico de Neuchâtel y actual director del de Ginebra, me parece muy estimulante y llenas de enseñanza para cualquier tipo de exposición, sea o no museológica. Durante las Jornadas *Els museus d’etnologie i de societat a debat* que tuvieron lugar en Barcelona del 2 al 4 de febrero de 2005, explicaba su concepción de la exposición poniendo énfasis en la necesidad de contar una historia y de explicitar de manera muy clara su lugar de enunciación. Considera que si la historia está bien relatada, hay una sintaxis, un estilo, una firma: “Hay verdaderamente una calidad de la exposición y un estilo que se vuelve a encontrar, una manera propia de decir las cosas, de contarlas. En esta perspectiva, los objetos son

utilizados como resistencias materiales que están esperando una mirada y un discurso. Estoy seguro que con una buena expografía y una buena reflexión que llamo expológica, es decir el discurso sobre el discurso de la exposición, se puede montar una exposición con una cierta cantidad de objetos para defender una idea y con los mismos objetos, presentar otra diciendo exactamente lo contrario” (transcripción de la conferencia de Hainard, 03/02/05).

3. PRESENTACIÓN DEL CD-ROM “PLAÇA CATALUNYA, EL PULSO DE LA CIUDAD”

Al buscar medios más adecuados para presentar los resultados de nuestra investigación que el formato libro que nos impedía presentar buena parte del material de investigación que habíamos recopilado, concebimos un ensayo etnográfico audio-visual –disociando a conciencia las dos partes de este último adjetivo– que presentamos en el Coloquio de la 25ª edición del Bilan du Film Ethnographique de París (2006). Nos atrajo la idea de John Berger y Jean Mohr (1998) de contar una historia con fotografías, considerando que fotografías y sonidos permiten llegar a un conocimiento tan intenso de una situación como se puede llegar a través de datos escritos, haciendo quizás entrar en juego más fácilmente las emociones. Partimos de la idea de crear una narración que se pudiera leer de manera no lineal a pesar del orden impuesto por la proyección en pantalla del montaje que, a diferencia de los trabajos de Berger y Mohr, era acompañado de ambientes sonoros. Las observaciones que hacen estos autores respecto a la serie de 150 fotografías que presentan como un intento de seguir las reflexiones de una anciana sobre su vida fueron el detonante para incitarnos a retratar nuestra experiencia en la plaza en un ensayo. “[N]os resulta imposible dar una clave verbal o una línea argumental a esta serie de fotografías. Hacerlo equivaldría a imponer un significado verbal único a la apariencia y de ese modo inhibir o negar su propio lenguaje. En sí mismas, las apariencias son ambiguas, con múltiples significados. Esta es la razón por la que lo visual es asombroso y la memoria, basada en lo visual, es más libre que la razón. No existe una sola interpretación “correcta” de esta serie de imágenes”(Berger y Mohr, 1998: 133). De esta manera, las

ambigüedades que se pueden encontrar lejos de ser un obstáculo para el entendimiento del trabajo, son una condición para seguirlo.

Sin embargo, para poder evidenciar nuestra expológica sentimos la necesidad de poder vincular el ensayo con comentarios escritos. De ahí la idea de crear un CD-rom –que podría también convertirse en una página web, para facilitar los intercambios con las demás personas interesadas en los temas tratados– que permitiese, por un lado, presentar el ensayo audio-visual y, por otro, añadir textos que analizan y reflexionan entorno a aspectos que consideramos importantes en la comprensión del funcionamiento de la plaza. Quisimos dar al material audio-visual un peso sino mayor por lo menos no inferior al de los textos. No se trató de revalorizarlos contra el texto sino más bien de pensar también con los ojos y los oídos. No se concibió las imágenes y los sonidos como meras ilustraciones que servían a reforzar las ideas expresadas por escrito. Al contrario, fueron concebidos como vehículo de comunicación y de conocimiento. La dificultad mayor fue por lo tanto conseguir unir fotos, sonidos y textos, sin que sean simples repeticiones de lo que ya se comunicó bajo otras formas. Pensamos el relato que construimos en la interacción entre el mapa de la plaza, las fotografías y los sonidos, como una narración no-lineal que no tendría que yuxtaponerse o ilustrar la narración del texto escrito sino realmente aportar datos importantes a la comprensión del funcionamiento de la Plaza de Catalunya.

Por otra parte, conscientes de que el material disponible no permitió abarcar la totalidad de las facetas de este espacio urbano, pensamos que volcar los resultados de la investigación en un formato de página web permitiría un diseño abierto que subraye el carácter algo tentacular de cualquier investigación. Pensar en término de diseño abierto permite introducir nuevos contenidos más fácilmente que en un manuscrito escrito en papel que aunque se pueda retocar o volver a trabajar da la sensación de algo más acabado, más definitivo. El formato virtual en cambio permite evidenciar el hecho que cualquier proceso de investigación está en perpetuo movimiento.

Una de nuestra intención fue romper con la linealidad del texto y dejar al alcance de las personas interesadas en el tema presentado un máximo de material recogido durante el trabajo de campo, con todos

los datos pertinentes sobre sus condiciones de recogida, para que el internauta pueda sacar sus propias interpretaciones. Concebimos los distintos registros que elaboramos no como productos miméticos de lo real sino más bien como huellas de éste. Al igual que el texto etnográfico, fueron objetos construidos que se refieren a un acto particular de un observador/a-fotógrafo/a y capturador/a de sonidos que no permite pensar la imagen, ni el sonido, disociado de las personas que las tomaron y grabaron, de ahí la importancia de las “fichas técnicas” de cada fotografía o registro sonoro que hemos incluido en el CD-rom para explicitar sus condiciones de captación.

Por lo tanto, más que conclusiones, lo que está expuesto son pistas de reflexiones que pueden ser prolongada o discutidas, permitiendo una lectura activa e interactiva en el sentido en que los lectores puedan participar de la discusión aportando sus comentarios, análisis o incluso material. Entendemos que desde la antropología un proyecto de difusión no se tiene que entender sólo como la transmisión unidireccional de un conocimiento “autorizado”, sino como una manera de generar nuevas maneras de pensar una realidad social e intercambiar estas construcciones de conocimiento. Por eso, en nuestro proyecto de página web, nos gustaría incorporar un componente de programación que denominamos tentativamente de “interactividad”, que permitirá a través de recursos técnicos, generar nuevos textos a partir de las relaciones que cada usuario cruce entre los diferentes elementos y contenidos de la página. Lo ideal sería poder introducir un buscador tal como él pensado por Celia Gradín Montero en su página web (<http://www.kilkor.net>) que permite vincular elementos que no suelen ser vinculados y que abren nuevas perspectivas de reflexión, obligándonos a romper con el pensamiento cartesiano.

4. APERTURAS

Roland Barthes subrayó en sus *Ensayos críticos* que “no hay creadores, sólo combinadotes”; “no existe una técnica, (un arte) de la creación sino variaciones y diversas maneras de combinar los elementos”. Presentar los resultados de una investigación bajo la forma de una página web permite resaltar aún más esta convicción.

Según el razonamiento de Barthes, si el autor está reducido a manipular un código preestablecido cuyas reglas tiene que conocer. Hoy en día, los investigadores tendrían que reflexionar sobre los nuevos medios tecnológicos a su alcance a la hora de restituir los resultados de sus trabajos. Ya no pueden hacer como si no existieran. Pienso que si los métodos de investigación no han cambiado radicalmente, la gran metamorfosis se sitúa a nivel de su presentación: no obstante, en antropología, la gran mayoría no supo hasta ahora sacar suficientemente provecho de las posibilidades de internet, entre otros medios. Laplantine (2005: 69) describe perfectamente la situación cuando dice que las ciencias sociales están muy lejos de haber realizado las potencialidades abiertas por el conocimiento cinematográfico (al cual añadiría las herramientas informáticas) y adhieren la mayoría de la veces a una concepción balzaciana de la sociedad a pesar de que desde los años noventa del siglo pasado, una corriente aún minoritaria incita los investigadores en ciencias sociales a explorar las nuevas posibilidades que nos están ofreciendo las herramientas visuales para comunicar los resultados de sus investigaciones.

Sólo cuando habremos tomado plenamente conciencia de este hecho, será cuando las perspectivas de investigación cambiarán, ya que, como lo demuestro Sauvageot (1994), la entrada de nuevas tecnologías influía en nuestra manera de pensar. ¿El próximo conflicto teórico en ciencias sociales será él de las formas? Pregunta que tomo prestada de Gaboriau (2002: 114) quien predice una cierta polarización en las maneras de pensar nuestras investigaciones: unos, arraigados a antiguos modelos, valorarán la investigación de la coherencia, el equilibrio cuantitativo entre las partes, la linealidad, el modelo tipo extremo siendo la tesis doctoral tradicional, construida alrededor de una idea central que este desarrollada del principio hasta el final, con un índice en dos o tres partes, una introducción y una conclusión. Los demás practicarán modelos abiertos, inacabados, experimentales, polifónicos. Las tecnologías digitales son para estos modelos el sitio idóneo para desarrollarse. Como bien dicen Bruce Mason y Bella Dicks (1999), la promesa más interesante de los hypermedias no es tanto sus posibilidades rizomáticas y polifónicas sino que reside más bien en el hecho de poder combinar distintos

registros (audio-visual-gráfico): “Existen posibles beneficios que se derivan de la exploración de cómo la representación etnográfica puede ser simultáneamente una actividad verbal y pictórica, visual y sonora. [...] Un entorno etnográfico hipermediado bien construido trataría de aprovechar las modalidades comunicativas específicas de cada medio, en lugar de verlos como una adición de “efectos especiales”” (Mason y Dicks, 1999: 6-7). A través de las tecnologías digitales, una nueva etnografía multi-semiótica parece volverse posible, lo cual permitirá desarrollar nuevos caminos en la manera académica de argumentar y analizar. Cuando imágenes, sonidos, escritos se encuentran juntos en un mismo soporte, aparece la necesidad de buscar nuevas vías para combinar signos icónicos y simbólicos, transformando en su totalidad los códigos vigentes de la representación. Como menciona Michael Wesch en su breve ensayo texto-digital [<http://www.youtube.com/watch?v=6gmP4nk0EOE>], con las posibilidades que nos abren la web y los hipermedias necesitamos repensar muchas cosas, entre ellas, la idea de autoría, de copyright, hasta incluso nuestra manera de pensar.

BIBLIOGRAFÍA

<http://www.youtube.com/watch?v=6gmP4nk0EOE>

<http://www.killkor.net>

BARTHES, Roland (1964) *Essais critiques*, Paris, Ed. du Seuil.

BERGER, John; MOHR, Jean (1998) *Otra manera de contar*, Murcia, Mesrizo A.C. [Título original: *Another way of telling*, 1982].

BERGER, Laurent (2005) *Les nouvelles ethnologies; enjeux et perspectives*, Paris, Armand Collin.

DEBRAY, Régis (1992) *Vie et mort de l'image; une histoire du regard en Occident*, Paris, Gallimard.

DELAPORTE, Yves (1987) “De la distance à la distanciation: enquête dans un milieu scientifique” in: J. GUTWIRTH, C. PETONNET (eds.) *Chemins de la ville: enquêtes ethnologiques*, Paris, Ed. du C.T.H.S, pp. 229-245.

DELGADO RUIZ, Manuel (1999) *El animal público*, Barcelona, Anagrama.

DELGADO RUIZ, Manuel (2003) “Naturalismo y realismo en etnografía urbana. Cuestiones metodológicas para una antropología de las calles”, *Revista Colombiana de Antropología* 39, pp. 7-39.

GABORIAU, Patrick (1997) “L’Écriture ethnologique. Réflexions sur la composition des textes en sciences sociales” in: N. BELMONT, J.-F. GOSSIAUX (eds.) *De la voix au texte; l’ethnologie contemporaine entre l’oral et l’écrit*, Paris, Éditions du CTHS, pp.201-208.

GABORIAU, Patrick (2002) “Point de vue sur le point de vue. Les enjeux sociaux du discours ethnologiques : l’exemple des sans logis” in: Chr. GHASARIAN (ed.) *De l’ethnographie à l’anthropologie réflexive*, Paris, Armand Colin, pp.103-116.

GODELIER, Maurice (2002) “Briser le miroir du soi” in: Chr. GHASARIAN (ed.) *De l’ethnographie à l’anthropologie réflexive*, Paris, Armand Colin, pp. 193-212.

HAVELANGE, Carl (1998) *De l’œil et du monde; une histoire du regard au seuil de la modernité*, Paris, Fayard.

JOSEPH, Isaac (1998) *La ville sans qualités*, Paris, Ed. de l’Aube.

LAPLANTINE, François (1996) *La description ethnographique*, Paris, Nathan.

LAPLANTINE, François (2005) *Le social et le sensible ; introduction à une anthropologie modale*, Paris, Téraèdre.

LOSONCZY, Anne-Marie (2002) “De l’énigme réciproque au co-voir et au silence” in : Chr. GHASARIAN (ed.) *De l’ethnographie à l’anthropologie réflexive*, Paris, Armand Colin, pp. 91-102.

MASON, Bruce; DICKS, Bella (1999) “The Digital Ethnographer”, *Issue 6: Research Methodology Online* [http://www.cybersociology.com/files/6_1_virtualethnographer.html]

MONNET, Nadja (2007) *La Ciudad, instrucciones de uso; esbozos barceloneses*, Barcelone, Universitat de Barcelone, [<http://www.tesisenxarxa.net/TDX-1010107-130510/>].

MONNET, Nadja; TOVAR María Isabel (2005) *Al cor de la ciutat: anàlisi dels bategs de la plaça de Catalunya a Barcelona*, Barcelona, Inventaire du Patrimoine Ethnologique de Catalogne (IPEC), Département de la Culture, Generalitat de Catalunya [informe de investigación sin publicar].

MONNET, Nadja; TOVAR María Isabel (2006) “Essai d’ethnographie audiovisuelle ou comment cerner le pouls de la Place de Catalogne à Barcelone au travers de photographies et d’ambiances sonores”, Paris, Bilan du Film Ethnographique [<http://www.comite-film-ethno.net/colloque/pdf/realites-miroir2/tovar-monnet%20.pdf>].

PIAULT, Marc Henri (2000) *Anthropologie et cinéma*, Paris, Nathan cinéma.

PIETTE, Albert (1996) *Ethnographie de l’action; l’observation des détails*, Paris, Métailié.

PETONNET, Colette (1982) “L’observation flottante: l’exemple d’un cimetière parisien”, *L’Homme* 22 (4), pp. 37-47.

SANSOT, Pierre (1986) *Les formes sensibles de la vie sociale*, Paris, Presses Universitaires de France.

SAUVAGEOT, Anne (1994) *Voir et savoir; Esquisse d’une sociologie du regard*, Paris, Presses Universitaires de France.

SICARD, Monique (1998) *La fabrique du regard*, Paris, Ed. Odile Jacob.

STEDMAN JONES, Gareth (1996) “Voir sans entendre ; Engels, Manchester et l’observation sociale en 1844”, *Genèses* 22, pp. 4-17.

URBAIN, Jean-Didier (2003) *Ethnologue, mais pas trop*, Paris, Payot.

WINKIN, Yves (1996) *Anthropologie de la communication: de la théorie au terrain*, Paris, Bruxelles, DeBoeck Université.

PUBLICACIONES DIGITALES: OPORTUNIDAD Y RIESGO PARA LA DIFUSIÓN DE LA PRODUCCIÓN ETNOGRÁFICA AUDIOVISUAL

JUAN IGNACIO ROBLES
Universidad Autónoma de Madrid

En la presente comunicación proponemos una reflexión sobre algunos de los cambios que la difusión vía Internet está generando en la producción etnográfica audiovisual. Nos centraremos en las estrategias de financiación y los contextos de producción y exhibición, tomando como punto de referencia la experiencia desarrollada alrededor del proyecto de investigación audiovisual *Mercados, Vidas y Barrios: mercados minoristas en espacios metropolitanos de Valencia, Madrid y Barcelona*¹:

El documental es un escrutinio de la organización de la vida humana y tiene como objetivo la promoción de valores individuales y humanos. El documental es una herramienta de cambio social (Rabiger, 1987: 5, en M. Francés, 2003)

En un primer momento utilizamos el lenguaje audiovisual como medio difusión que nos permitía mostrar de forma precisa y eficaz nuestros planteamientos teóricos y políticos ante los responsables de la política comercial, nacional (Ministerio de Industria, Turismo y Comercio), autonómica (Comunidad de Madrid, Generalitat Valenciana y Generalitat de Cataluña) y municipal (Ayuntamiento de Madrid, Valencia y Barcelona).

¹ El proyecto de investigación audiovisual nació en el año 2003 en marco del practicum de Antropología Urbana de la Universidad Autónoma de Madrid. En el año 2007 se estableció una fructífera línea de colaboración con la Universitat de València y la Universitat Oberta de Catalunya, con objeto de extender el proyecto a las ciudades de Valencia y Barcelona respectivamente. Los títulos de los documentales realizados en el marco de esta línea de investigación son los siguientes: “Orcasur: El mercado significa mucho para nosotros” (2005); “Madrid en sus mercados” (2007); “Palabras y naranjas: mercat Central y Cabanyal de Valencia” (2008); “Mercados, Vidas y Barrios: mercados minoristas en espacios metropolitanos de Valencia, Madrid y Barcelona” (2008).

Por tanto, el proyecto fue concebido fundamentalmente para un contexto de exhibición concreto: la Administración Pública e indirectamente para un público especializado vinculado al ámbito académico y docente de la Antropología. Esta decisión condicionó todos los eslabones creativos y productivos del documento audiovisual.

Uno de nuestros objetivos era participar en el debate abierto a nivel nacional y municipal sobre el futuro del pequeño comercio agrupado (mercados minoristas) en el diseño y transformación del espacio urbano².

1. INTERNET Y FINANCIACIÓN: DÉBIL LUZ EN EL TÚNEL

La cuestión de la financiación del documental etnográfico es un aspecto escasamente analizado en nuestros foros y publicaciones de discusión académicas, centrado casi exclusivamente en reflexiones metodológicas sobre el significado y sentido de la imagen, la representación cultural, el valor académico, etc.

Sin embargo, el lenguaje filmico está comparativamente mucho más condicionado por el factor tecnológico que el lenguaje escrito tradicional de la antropología. El material necesario para registrar la imagen y el sonido (cámaras, micrófonos, iluminación) y editar el discurso (sala de edición, software de edición de imagen y sonido, vídeos, etc.) trasciende la dimensión tecnológica, condicionando el mismo significado y sentido la representación audiovisual³:

² Equipo compuesto por Pilar Monreal, Paloma Gómez Crespo y Juan Ignacio Robles.

³ Por ejemplo, la filmación de una escena de la vida cotidiana de un pequeño comerciante relacionándose con varios de sus clientes intentando, siguiendo el modo de representación observacional, exige interferir mínimamente en el intercambio entre ambos personajes o informantes; este tipo de escenas necesita una o dos cámaras provistas con dos entradas independientes de audio, micrófonos inalámbricos para captar el audio del comerciante sin interrumpir sus movimientos habituales a lo largo y ancho del puesto, un micrófono direccional con pértiga y pertiguista para captar el audio de los clientes que se mueven asimismo a lo ancho y largo del puesto. Y si el puesto en el mercado ofrece zonas con iluminación muy contrastadas sub-sobreexpuestas, focos para equilibrar e igualar la intensidad y temperatura de la luz. Estaríamos hablando de unos costes de entre 500-600 Euros por día de filmación con material alquilado a precios de mercado y personal técnico cualificado, para poder recrear adecuadamente una escena audiovisualmente observacional

“La gradación de los diferentes niveles de costes es amplia, por la larga lista de formatos documentales, la variabilidad de la duración y los diferentes sistemas de difusión final. Así pues, podemos hablar de cuatro niveles diferentes de costes desde la producción independiente o de cualquier teledifusora productora: documentales de altos costes, de costes elevados, de coste medio y de bajo coste (...) Podemos encontrar producciones de bajo coste que realizan en el rango de los seis mil euros” (Francés, 2003: 83-84).

Miquel Francés se refiere a documentales que tienen como contexto final de exhibición el gran público a través de las salas de cine, las televisiones generalistas y los canales temáticos. Sin embargo, el contexto de exhibición que elegimos (la administración pública) redirigía nuestra estrategia de financiación hacia la propia Administración concernida, renunciando en principio a las fórmulas habituales de financiación: coproducciones con productoras audiovisuales, ICCA, distintos programas públicos de ayuda estrictamente a la creación audiovisual: MEDIA, MEDEA, etc. Realmente no renunciamos a estas fórmulas, sino que el tipo de documental que hacemos desde la academia tiene difícil encaje en este tipo de ayudas para la creación documental. Pensemos que esta serie de documentales que presentamos nace en el seno de un proyecto de investigación audiovisual estrictamente etnográfico en el marco de un departamento de Antropología Social⁴.

Es ante todo un trabajo de investigación etnográfico alejado de los objetivos divulgativos de la industria documental⁵:

que respetara la propia dinámica gestual, social y discursiva de los informantes convertidos en personajes.

⁴ En el marco del practicum de Antropología Urbana de la UAM se crea la productora Antropología Media Audiovisual s.l., vinculada con un convenio de colaboración con el departamento de Antropología Social y que asumirá la producción de los documentales con un equipo técnico y humano profesional, constituido por antropólogos con una sólida formación técnica en imagen, sonido y montaje audiovisual.

⁵ “Para nuestro propósito, consideraremos como cine de comunicación etnográfica o cine etnográfico documental aquel que pretende representar una cultura de forma holística, a partir de la descripción de los aspectos relevantes de la vida de un pueblo o grupo social, con la intención explícita de incidir en el campo del conocimiento de las sociedades humanas”. (Ardèvol, 1996; 2)

“Será necesario diferenciar dos modalidades de documentales: los científicos y los divulgativos. Los primeros trabajan sobre parámetros científicos e irán destinados a un público especializado o profesionalizado, mientras que los segundos serán más expositivos o reflexivos, al explicar cualquier fenómeno con una vinculación directa o indirecta con la comunidad científica. (...) Los principales instigadores de estos proyectos son los centros de búsqueda, las fundaciones y las universidades, a los que a menudo les toca hacer de productores y distribuidores. (...) El problema de ausencia de una financiación adecuada ha sido una constante, pero la aparición de canales microtemáticos, con unos destinatarios muy concretos, puede iniciar todo un conjunto de producciones para las líneas de investigación científica. Canales especializados de peaje o del tipo VOD (Vision On Demand), orientados hacia los profesionales o las comunidades universitarias pueden ser un buen reclamo a fin de poner estabilidad a la producción de documentales científicos” (Francés, 2003: 98-99).

En la actualidad, el espacio virtual de las páginas web de distintas instituciones, fundaciones, universidades, televisiones digitales, ha venido a ocupar el espacio de los canales microtemáticos televisivos del tipo VOD a los que se refiere Miquel Francés en su cita. Esta ventana de difusión que se ha abierto ha sido fundamental para lograr algunas de las ayudas de la Administración Pública⁶, que fueron las que finalmente financiaron con distintas partidas el proyecto. Los responsables de comercio que nos apoyaron valoraron positivamente dos aspectos:

Primero, la metodología etnográfica del trabajo de campo aplicada al audiovisual, lo que les permitía visionar a través de nuestros montajes secuencias de la vida cotidiana de los mercados minoristas, ayudando

⁶ D.G. Comercio del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, D.G. Comercio Comunidad de Madrid, D.G. Comercio Generalitat Valenciana e Institut Ramon Muntaner de la Generalitat Catalunya.

a considerar variables socioeconómicas y demográficas así como conflictos y estrategias de resolución.

Segundo, la difusión vía Internet; tradicionalmente, uno de los obstáculos insuperables a la hora de financiar proyectos audiovisuales etnográficos era la ausencia de canales de difusión audiovisual que justificaran la inversión. Habitualmente se solicitaba un pre-acuerdo de emisión con alguna televisión generalista (nacional, regional o local), canal temático o distribuidora cinematográfica. Este tipo de pre-acuerdos eran prácticamente imposibles de conseguir desde un planteamiento audiovisual centrado en documentales científicos que no atendieran las pautas de guionización, filmación y montaje de los documentales divulgativos.

Sin embargo, la consolidación de los distintos espacios vinculados a Internet ha abierto líneas de difusión alternativas al oligopolio mediático de las televisiones y las distribuidoras cinematográficas tradicionales. Esta circunstancia ha permitido solucionar en parte la justificación de la difusión ante las entidades públicas que financiaron finalmente el proyecto de investigación sobre mercados minoristas en espacios metropolitanos.

Concretamente la D.G Comercio del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio aceptó la difusión a través de las páginas Internet comprometidas a “colgar” nuestros documentales: la web de Universidad Autónoma de Madrid, la web de Ecologistas en Acción y la televisión on line del despacho de arquitectura Ecosistema Urbano (eutv)⁷.

Por tanto, aunque nuestros trabajos de investigación siguen excluidos del grueso de las ayudas y líneas de financiación de la industria del documental audiovisual, sin embargo, Internet nos ha puesto una carta en la mano; al menos un poco de luz en el oscuro túnel de la financiación del documental científico, en nuestro caso etnográfico.

⁷ El documental “Somos: la diáspora andalusí del Reino de Granada”. (2004) fue el primer documental creado bajo nuestra fórmula de producción actual. Financiado por la Junta de Andalucía con objeto de ser emitido en la televisión autonómica Canalsur, una serie de problemas políticos impidieron su emisión. Guardado en un cajón durante tres años, finalmente decidimos cedérselo a la fundación Webislam (3w.webislam.com). Desde Enero de 2007, el documental ha sido visionado 1.300 veces, cifra modesta pero importante para una producción de estas características.

2. PUBLICACIONES ON LINE. OPORTUNIDAD Y RIESGO

El documental *Mercados, Vidas y Barrios* ha sido colgado íntegramente en las *web* comprometidas como estaba previsto. Sin embargo queremos compartir reflexión respecto a dos publicaciones *online* que se ofrecieron a difundir nuestro trabajo de investigación: Una de ellas es el periódico digital, 20 minutos, la otra es la revista especializada *Distribución y Consumo* de la empresa pública del Ministerio de Agricultura y Medio Ambiente, MERCASA.

Ninguna de las dos publicaciones maneja con frecuencia los análisis antropológicos, uno es un medio de información periodístico y el otro publica artículos de corte económico, estadístico y excepcionalmente sociológico. El interés por nuestro trabajo se enmarcaba en el intenso debate que actualmente emerge alrededor del futuro del pequeño comercio urbano, especialmente en la Comunidad de Madrid presidida por la popular Esperanza Aguirre, cuya ley de Modernización del Comercio pretende la liberalización total de los horarios comerciales, lo que perjudicará gravemente la pervivencia del pequeño comercio en la Comunidad Autónoma de Madrid.

El hecho de presentar las conclusiones de nuestra investigación en formato audiovisual permitió transmitir de forma precisa y sintética las hipótesis de nuestro estudio, lo que sumado a la fuerza expresiva y dramática de las secuencias que montamos potenció el interés de ambas publicaciones. Sin embargo, la adaptación del documental filmico a estos dos contextos de exhibición no previstos previamente, pudo distorsionar parte de la estructura narrativa y argumental del documento:

La mayor parte de las películas llevan la marca de su destino; los comentarios o las traducciones no utilizan más que las nociones y los conceptos familiares a los espectadores a los que van destinadas (Piault; 2002, 318).

2.1. El marco teórico. La estructura argumental

Los mercados minoristas representan mucho más que un ámbito donde se compra y se vende; las relaciones comerciales están enmarcadas en un marco de relaciones sociales y simbólicas entre

comerciantes y clientes que son la base de los intercambios basados en la reciprocidad y la redistribución, complementando así el principal intercambio mercantil. El mercado cumple una función de estructuración de las relaciones sociales dentro del espacio urbano, relacionándose también con una forma específica de “uso del espacio”, de “forma de vida” y, finalmente, definiendo un modelo distintivo de ciudad y de barrio. Desde la perspectiva sustantivista de la economía existen tres formas de intercambio económico, a cada una de las cuales les corresponde –aunque no de forma exclusiva– un determinado tipo de relaciones sociales: la reciprocidad, la redistribución y el intercambio mercantil (Polanyi, 1989).

2.1.1. Antropología Económica: reciprocidad, redistribución

La reciprocidad

La forma de integración social que le corresponde a la reciprocidad es la simetría. El mercado es un espacio de encuentro entre vecinos, que intercambian información, favores y bienes, reforzando las relaciones sociales mutuas. Los mercados son ámbitos de sociabilidad donde la larga historia de venta y compra entre clientes y comerciantes, a veces, transmitida de generación en generación (de padres/madres a hijos/hijas), conforma unas fuertes relaciones de reciprocidad entre comerciantes y clientes basadas en el conocimiento y en la confianza mutuas. Estas relaciones permiten, por ejemplo, la aparición del fenómeno del “fiado” o el surgimiento del “cliente de toda la vida”, ambos basados en un tipo de fidelidad y lealtad.

La redistribución

Centralidad y legitimidad son los dos elementos fundamentales en el intercambio socioeconómico basado en la redistribución.

El tipo de intercambio redistributivo que nos interesa en relación a nuestros mercados minoristas es el que practican muchos pequeños comerciantes en relación a personas que viven situaciones económicas precarias, a los que regalan, donan o venden a precios por debajo de su valor de mercado, algunos productos de primera necesidad. En

otros casos los bienes regalados son productos que los pequeños comerciantes no han logrado vender y que, estando en perfectas condiciones higiénico-sanitarias, sin embargo, las normativas no permitirían volver a poner a la venta al día siguiente.

La importancia socioeconómica de esta práctica sí es relevante para amplios segmentos de población de nuestras ciudades, como por ejemplo mujeres mayores viudas que perciben pensiones no contributivas que no llegan a los 500 euros y que están atrapadas en barrios históricos en proceso de rehabilitación forzosa y *gentrificación* social. Estas mujeres encuentran en esta forma de intercambio redistributivo la única forma de abastecerse dignamente de productos de primera necesidad, sobre todo, frutas y verduras.

El elemento esencial de este tipo de interdependencia económica no mercantil basada en la redistribución es sin duda alguna la confianza. Esta confianza del pequeño comerciante con el cliente-vecino en situación económica precaria se ha ido construyendo a lo largo de años de fidelidad y conocimiento mutuo. Por ello, esta donación o venta a precios por debajo del estipulado por el mercado, es un intercambio casi familiar que se desarrolla de forma digna para el cliente.

El tipo de prácticas redistributivas que desarrolla el pequeño comerciante le dotan de la necesaria legitimidad para convertirse en una especie de “mediador social” colocado en el centro neurálgico de nuestros barrios y municipios.

Mediador social y redistribuidor en el aspecto económico y comercial, mediador social y redistribuidor cultural a nivel intergeneracional e interétnico. En efecto, una dimensión poco estudiada pero crecientemente desarrollada por el pequeño comerciante es su papel de “redistribuidor de la cultura gastronómica”, conectando e integrando a clientes de distintas generaciones y de origen étnico o nacional diverso.

2.1.2. Antropología Urbana

Los mercados son tribunas privilegiadas que permiten observar la transformación de sus zonas de influencia: barrios o pequeños

municipios. Los mercados reflejan fielmente las transformaciones demográficas (envejecimiento/rejuvenecimiento de la población, presencia de colectivos con identidades étnicas y nacionales diversas, interacción entre ellos), asociativas, económicas (tasas de paro, incrementos de las desigualdades y la polarización social entre sus habitantes, proceso de gentrificación), sociales (cambios en las pautas de consumo, cambio en la composición y estructura familiar) y culturales. Por lo tanto, a un barrio vivo le corresponderá un mercado vivo (Monreal, 2007).

Sobre este marco teórico se diseñó la estructura argumental de cada una de las tres piezas constitutivas del documental. La pieza de los mercados de Madrid se articuló alrededor de las estrategias comerciales de innovación y resistencia de los dos mercados filmados para afrontar un entorno de intensa competencia comercial con *súper* e *híper* mercados. La pieza de Valencia analizaba la repercusión que los cambios urbanos de la ciudad están teniendo en la evolución de los mercados sobre el eje de tensión centro-periferia de la ciudad. La pieza de Barcelona se centró en el proceso de transformación y modernización del mercado de Sant-Antoni, y su repercusión en la vida social interna del mercado y externa en el barrio del Eixample barcelonés.

Las tres piezas compartían escenas en las que se mostraba con claridad las relaciones de intercambio basadas en la reciprocidad y la redistribución, complementando la principal forma de intercambio mercantil.

A partir de aquí, nos preguntamos de qué forma la estructura argumental y narrativa de nuestro documental etnográfico se articula – para verse complementado o cercenado- con el lenguaje periodístico de la publicación digital *20 minutos* y con el lenguaje especializado económico-estadístico-sociológico de la revista digital *Distribución y Consumo*, respectivamente.

2.2. Periodismo digital y antropología audiovisual

Nos interesa reflexionar sobre la forma como fue interpretado nuestro trabajo audiovisual por la redacción del periódico *20 minutos*. El

periodista realizó un reportaje publicado en la versión *online* del periódico que alternaba los comentarios escritos y fragmentos del documental. De los 45 minutos del documental se extrajeron 5 minutos, el tiempo marcado de un reportaje periodístico.

Reproducimos a continuación el artículo *Los Mercados de Madrid: club social*⁸:

“Los mercados de Madrid, club social

O.F. 17.10.2007

Un equipo de antropólogos los estudia como vehículo para la integración social de inmigrantes y mayores.

El documental Madrid en sus mercados muestra el día a día de los centros de Antón Martín y San Fernando.

Para el equipo de antropología social (rama científica que estudia las distintas culturas del ser humano) de la Universidad Autónoma de Madrid los mercados tradicionales madrileños son más fascinantes que cualquier tribu del Amazonas.

Al menos eso se desprende de un documental, realizado por alumnos de esta universidad, que demuestra la importancia que tienen estos espacios en la vida cotidiana del barrio: ayudan a la integración de los inmigrantes y fomentan la relación social entre jóvenes y mayores.

El documental recorre los mercados de Antón Martín (enlaces a la situación del sitio en Google-Maps) y San Fernando (Embajadores-Lavapiés) a través de sus protagonistas, como una japonesa que vende sushi en un puesto de toda la vida, (extracto del documental en Adobe Flash).

También hay estudiantes, vecinos nuevos en el barrio, que empiezan a descubrir otra forma de hacer la compra, o jubiladas que acuden al mercado no sólo por los precios, sino también porque les sirve como lugar donde fomentar

⁸ www.20minutos.es. 17.10.2007

sus relaciones sociales (extracto del documental en Adobe Flash).

A lo largo del film ocurren todo tipo de historias, como clientes sorprendidos por el sabor exótico de la papaya, o emigrantes que se dedican a llevar la compra a casa de ancianas que no pueden cargar peso.

Todos ellos son ejemplos, según Juan Ignacio Robles, director de la película, del mercado "como reflejo de una ciudad más humana, frente al frío modelo anglosajón de las grandes superficies, en las que apenas hay cercanía", afirma.

En la película contrasta así mismo la vitalidad del mercado de Antón Martín, el cual ha sabido adaptarse a los nuevos tiempos ofreciendo nuevos productos y servicios, con la decadencia del de San Fernando, tal y como explica Manolo, carnicero de 52 años (extracto del documental en Adobe Flash)".

(20 minutos, 17.10.07).

En primer lugar es evidente que el periodista utiliza la palabra "antropología" exotizando el sujeto de análisis reducido a objeto del discurso.

De hecho el reportaje subraya aspectos del documental especialmente susceptibles de ser exotizados, como por ejemplo el trabajo de la comerciante japonesa que cocina y vende sushi en uno de los puestos, obviando el aspecto contextual que detalla el rol que desempeña en el documental como comerciante vinculada a la llegada al barrio de las Letras de Madrid de una población residente de clase media con gustos culinarios exigentes y elevado poder adquisitivo.

En segundo lugar, el reportaje periodístico incide en aspectos que remiten a la actualidad, información puntual acotada temporalmente, como la oposición pequeño comercio/super-hipermercado en el marco del debate al que hemos hecho referencia y el dispar éxito/fracaso de los dos mercados analizados en el documental. Frente al hecho informativo del reportaje que alude al éxito o fracaso de un mercado simbólico e histórico de Madrid, nuevamente se obvian las secuencias

del documental que estaban remitiendo al marco teórico del que partía la investigación: la desadaptación del mercado de San Fernando a la evolución demográfica y étnica del barrio de Lavapiés-Embajadores.

Estos dos ejemplos muestran de manera evidente que “el género documental es una forma de representar conocimientos pacíficamente compartidos fuera de la controversia del reportaje o con vocación de saberes permanentes” (Bienvenido León, 1999: 63).

Poco añadimos con esta reflexión, sin embargo, en esta interrelación entre el lenguaje etnográfico frente al periodístico, hace diez años publicábamos un artículo semejante comparando la metodología de la Antropología Social y el reportaje informativo escrito (Robles, 1999). ¿Qué ha cambiado desde entonces? Parte de la respuesta es Internet y la posibilidad de integrar en un mismo reportaje informativo on-line una amalgama compuesta por el lenguaje informativo escrito y lenguaje etnográfico audiovisual.

Evidentemente el resultado no es muy alentador desde el punto de vista formal: Los fragmentos audiovisuales que reproduce el reportaje cumplen la función de reforzar los mensajes y argumentos de la crónica escrita. Parte de la estructura narrativa y argumental construida durante meses de filmación y semanas de montaje, que conseguía un discurso audiovisual propio, es laminada en el reportaje periodístico. El modo de representación observacional del documental se transforma en expositivo en el reportaje. El dato etnográfico relevante en el marco de un argumento se convierte en hecho informativo, estereotipado, noticiable. La imagen significativa en sí y por sí misma se convierte en imagen significada por el texto informativo.

Respecto al control, el poder de decisión sobre el devenir del discurso y la imagen de los protagonistas-informantes, el resultado de la amalgama tampoco es muy alentador, ya que el espacio compartido entre el equipo de investigación y los propios protagonistas de forma crecientemente participativa⁹, detallando los ángulos y perspectivas

⁹ La participación de los pequeños comerciantes y sus representantes en la elaboración de los documentales se ha ido construyendo a lo largo de años de colaboración mutua. Visionados diferidos, presentaciones de los primeros documentales en la universidad fueron sedimentando esta colaboración. El efecto “espejo” de estos visionados produjo un efecto

fundamentales de sus vidas cotidianas, se puso en manos exclusivamente del periodista, de su capacidad de síntesis e intuición, de su ubicación ideológica personal en el marco de los intereses de la empresa de comunicación.

Si en los aspectos formales y participativos, la interacción información-etnografía no fue demasiado satisfactoria, sin embargo en el aspecto de la capacidad de difusión e impacto político, el reportaje fue crucial para avanzar en los cambios legislativos que el municipio de Madrid estaba poniendo en marcha en relación a la planificación urbanística de los nuevos barrios metropolitanos de Madrid o PAU (Plan de Actuación Urbanístico). Estas modificaciones legislativas contemplaban la reserva de suelo comercial para mercados minoristas en todos los nuevos PAUs de la ciudad de Madrid¹⁰.

En conclusión, los periódicos *online* abren la posibilidad de integrar algunas secuencias de nuestro discurso audiovisual etnográfico; sin embargo, la reproducción fragmentaria que impone la metodología y objetivos propios del mundo de la información, rompe la unidad de sentido de la reflexión etnográfica, creando tan sólo una ilusión de reproducción filmica fiel. El impacto político es el único argumento que puede justificar la aceptación de este espejismo.

2.3. Antropología Audiovisual en revistas digitales especializadas

El documental *Mercados, Vidas y Barrios* será colgado en la página web de la revista digital *Distribución y consumo* de la empresa pública

paralelo interesante: la toma de conciencia de los pequeños comerciantes de su rol como mediadores sociales. Esta circunstancia fortaleció su compromiso con la filmación, permitiendo el rodaje de escenas cada vez más espontáneas e incluso comprometidas. La eficacia de la puesta en escena observacional estaba directamente relacionada con la forma de relación “participativa” entre el equipo de investigación y los pequeños comerciantes de los distintos mercados.

¹⁰ La Federación de Mercados y Comercio Agrupado de la Comunidad de Madrid (COCAM), y su presidente, Javier Ollero, han sido los verdaderos protagonistas de este cambio legislativo del Ayuntamiento de Madrid. (BOAM, 04-2006). Desde el año 2005 en que presentamos el primer documental de la serie “Orcasur: el mercado significa mucho para nosotros”, hemos colaborado estrechamente desde el ámbito académico con las iniciativas de COCAM. Los documentales que presentamos en la presente ponencia han sido un elemento clave de colaboración mutua.

MERCASA (www.mercasa.es) en las próximas semanas¹¹. Las particularidades de esta publicación son notablemente diferentes a la mencionada en el epígrafe anterior, dado que el diseño del artículo está íntegramente diseñado por el equipo de dirección del trabajo de investigación, es decir por nosotros mismos. El ángulo que queremos destacar en este caso es el horizonte de significados que se abren al poder realizar un trabajo que mezcla lenguaje escrito y audiovisual en una publicación integrada. Pensemos que la investigación fue plenamente concebida, desarrollada, realizada y exhibida en lenguaje audiovisual, por tanto, esta publicación nos abre una posibilidad de articulación del discurso distinto al pensado originariamente. La cuestión es cómo pueden ambos lenguajes retroalimentarse y complementarse sin subordinarse el uno al otro cubriendo dimensiones conceptuales diferentes.

La reflexión que nos estamos haciendo implica tanto como deslindar las posibilidades expresivas y discursivas de ambos lenguajes, el audiovisual y el escrito respectivamente. Sin embargo nuestro objetivo es poder establecer un diálogo entre ambos. No hay que olvidar que este diálogo integrado es posible gracias a las innovaciones tecnológicas que ofrece Internet, hecho novedoso por el que lo destacamos en la presente comunicación.

Una de las claves de este diálogo es conseguir complementar la capacidad de articulación conceptual de la estructura argumental del lenguaje escrito con la capacidad narrativa y expresiva propia del lenguaje audiovisual.

En la narración audiovisual del documental, la estructura argumental y el marco teórico subyacen a los actos, palabras y gestos de los protagonistas. Los argumentos no se imponen explícitamente desde ninguna instancia externa al propio desarrollo de la acción (voces en *off*, rótulos explicativos, etc.).

Y sin embargo, los argumentos están presentes, acompañando sutilmente el devenir de la narración. “Mientras el sociólogo habla de la ciudad, el antropólogo deja que la ciudad hable: sus minucias

¹¹ El artículo se publicara on-line en la edición de septiembre 2008 de la revista “Distribución y consumo”.

observaciones y sus entrevistas en profundidad, su forma de estar con la gente, tienden a escuchar la voz de la ciudad” (Canclini, 1997; 389 en Cucó: 2004). En cierta forma, hemos asumido la caracterización que Canclini hace de la metodología etnográfica como modelo narrativo del documental que aquí presentamos: que la ciudad hable, escuchemos su voz.

Esta estructura narrativa exige, por parte del espectador, un visionado atento y activo de cada gesto, cada comentario, cada movimiento de cámara, cada encuadre. Cada uno de los cientos de planos que componen el documental están minuciosamente pensados, son unidades de sentido que requieren una reflexión sobre la información etnográfica contenida. El visionado de un documental etnográfico no es, por tanto, un entretenimiento, es un modo de transmisión de la investigación y del conocimiento a través de un lenguaje particular que pide “saber mirar”.

Saber mirar no es fácil, por ello, la posibilidad que ofrecen las revistas especializadas de investigación de integrar en una misma unidad el documento audiovisual y el documento escrito que explicita la estructura argumental y el marco teórico implícito en el documento audiovisual, es una oportunidad que ofrece la tecnología vinculada a Internet.

El riesgo que se asume en este caso es que el *webespectador* subordine el lenguaje audiovisual al lenguaje escrito, predominante como forma de transmisión de la investigación clásica. Sin embargo, reivindicamos el espacio propio y singular del lenguaje audiovisual, metodológicamente y como horizonte y unidad de conocimiento singular.

Si en el año 2003 el lenguaje audiovisual fue concebido por el equipo de investigación exclusivamente como medio de difusión y comunicación, cinco años después, el audiovisual se ha convertido para nosotros en técnica singular de investigación y espacio de reflexión sobre la construcción de la imagen y la mirada:

La integración de la imagen como objeto de estudio y como técnica de investigación antropológica nos ofrece un lugar de experimentación y un lugar de reflexión en el que la práctica está anudada con la propia

interrogación de la mirada. La antropología visual se presenta como una tierra fronteriza, un espacio intermedio donde la práctica y teoría cinematográfica se entrelazan con la reflexión antropológica en la búsqueda de una mirada; una mirada que busca mirar (Ardèvol, 2007: 11).

BIBLIOGRAFÍA

www.webislam.com

www.elpais.com

www.20minutos.es

www.mercasa.es

AUGÉ, M (1993). *Los no-lugares. Espacios del anonimato. Una antropología de la sobre modernidad*. Ed. Gedisa.

ARDEVOL, E. (1996). “Representación y cine etnográfico”. *Quaderns del ICA*, 10.

ARDEVOL, E (2007). *La búsqueda de una mirada*. Ed. UOC. Barcelona.

CUCÓ, J. (2004). *Antropología Urbana*. Ed. Ariel.

FRANCES, M. (2003). *La producción de documentales en la era digital*. Ed. Cátedra.

GARCIA CANCLINI, N. (1997). “Cultures urbaines de la fin du siècle: la perspective anthropologique” en *Revue Internationale Des Sciences Sociales*, nº153.

GOMEZ CRESPO, P.(1993). *Comprar y Vender*. Ed. Eudema.

GOMEZ CRESPO, P. (2007). “Inmigración y Comercio en Madrid: Empresarios, Consumidores, Trabajadores y Vecinos”. *Colección De Monografías, Nº1, Serie Naranja Estudios Antropológicos*. Ed. Area de gobierno de Empleo y Servicios Sociales del Ayuntamiento de Madrid

LEON, B. (1999) *El documental de divulgación científica*”. Ed. Paidós PC

MONREAL, P (2007). *Mercados Vivos, Ciudades Vivas*. (mimeo). Conclusiones del trabajo de Investigación “Madrid en sus mercados” para la Comunidad de Madrid.

PIAULT, M.H.(2002). *Antropología y Cine*. Ed. Cátedra.

POLANYI, K. (1989). *La gran transformación. Crítica del liberalismo económico*. Madrid. Ed. La piqueta (ed. Original 1944).

RABIGER, M (1987). *Dirección de documentales. Madrid, IORTV*.

ROBLES PICÓN, J.I. (2002). *El dilema de la Axarquía. Subasta y subdesarrollo agrario*. Consejería de Agricultura y Pesca. Junta de Andalucía.

ROBLES PICÓN, J.I. (1999). *Antropología y periodismo*. Actas del Congreso Nacional de Antropología. Santiago de Compostela.

ESTRATÉGIAS MEDIADAS DE CONSTRUÇÃO E APROPRIAÇÃO DE SABERES EM ANTROPOLOGIA

JOSÉ DA SILVA RIBEIRO
Universidade Aberta

INTRODUÇÃO

Reflectiremos sobre as alterações que os novos media e as tecnologias digitais trazem para investigação em antropologia e experienciá-las a partir de duas situações de terreno - o estudo do ritual de Coroação de Reis Congo no Brasil (Jequitibá – Minas Gerais) e uma primeira abordagem à construção do Museu do Imaginário integrado o Museu do Douro¹ no município de Tabuaço em Portugal. Partimos de experiências e reflexões teóricas anteriores (Ribeiro, 2008) que apontam para o facto de os novos media superarem a desconfiança ou as críticas recorrentes de alguns antropólogos à antropologia visual (Ginsburg, 1999) ou para novas prática em antropologia – antropologia visual digital ou antropologia digital (Ruby, 2005, Pink, 2006, Dicks, 2006, Piauxt, 2000, Hine, 2000). Esta pesquisa resulta de um trabalho interdisciplinar e intercultural de aproximação de duas práticas reconhecidas e anteriormente desenvolvidas nos núcleos participantes num projecto conjunto Laboratório de Antropologia Visual da Universidade Aberta e Núcleo de Pesquisa em Hipermídia da Pontifícia Universidade de São Paulo, Grupo de pesquisa de L'Université du Québec à Montréal (UQAM).

A elaboração deste texto acompanhou a experiência de terreno e a realização de um primeiro exercício de montagem videográfica – Congada de Nossa Senhora do Rosário (2005), e o trabalho de natureza experimental de construção do hipermedia - Coroação de Reis Congo (2006) que apresentaremos na comunicação e o Seminário

¹ O *Museu do Douro* terá a sede no Peso da Régua e possuirá oito núcleos museológicos espalhados pela Região Demarcada do Douro - Pão e do Vinho (em Favaios), da Amêndoa (em Vila Nova de Foz Côa), do Arrais e da Cereja (em Resende), do Vinho (em S. João da Pesqueira), da Seda (em Freixo de Espada à Cinta), do Somagre (Vila Nova de Foz Côa), de Barqueiros (Mesão Frio) e o Museu do Imaginário (em Tabuaço).

de Investigação/ *Workshop La vallée du Douro*, realizado em Tabuaço em Outubro de 2007.

1. A ANTROPOLOGIA DA EXPERIÊNCIA SONORA À EXPERIÊNCIA VISUAL

A primeira questão com que nos deparamos ao realizar este projecto no âmbito da Antropologia Visual e Hipermedia foi a importância das sonoridades e das vozes neste processo de pesquisa. Vozes dos primeiros informantes exteriores ao ritual e dos actores sociais e do ritual e o reportório sonoro (música e canto). Este reportório, no Brasil, confunde-se, por vezes, com o da música popular brasileira. Fomo-nos apercebendo de uma circularidade entre os dois reportórios. O reportório da MPB deve muito às religiões e práticas rituais afro-brasileiros mas também as alimenta pelo prestígio de compositores e intérpretes. Iniciávamos pois uma investigação e esta comunicação mais pela evidência das sonoridades e da verbalidade dos depoimentos, do canto, da música que pela visualidade do quotidiano e das práticas rituais como seria nossa intenção inicial. Em Tabuaço interessou-nos sobretudo as vozes situadas e as situações a partir das quais se enuncia e lenda fundadora do mito e sua relação com a fonte histórica documental.

A oralidade tem um papel importante no trabalho antropológico e na expressão das culturas locais. Assim o compreendera Boas ao salientar a importância da linguagem e da linguística nos estudos antropológicos. É também reconhecida a influência de Franz Boas na antropologia estrutural, “a Boas deve-se a definição, de uma lucidez admirável, da natureza inconsciente dos fenómenos culturais. Ao comparar os fenómenos sociais à linguagem (...) antecipou tanto a subsequente da teoria linguística como um futuro para a antropologia, cuja riqueza promissora só agora começamos a perceber” (Lévi-Strauss, 1970: 22).

1.1 Coroação de Reis Congo

Em Setembro de 2004 chegamos a Jequitibá, Estado de Minas Gerais, para estudar a congada de Nossa Senhora do Rosário. O que de

imediatamente observamos não foram as sonoridades e as performances rituais mas as palavras. Antes mesmo de dirigirmos um olhar mais atento e de procurar ver, chegavam-nos as palavras e as interações dos visitados com nossos *gatekeepers* - informantes externos que nos conduziram sem plano prévio aos locais e às pessoas com quem deveríamos contactar. Foram estes os primeiros registos audiovisuais que fizemos. Éramos assim envolvidos na situação de pesquisa pelas palavras, nas conversas e nos preparativos do que a noite e o dia seguinte nos iria revelar no desenvolvimento da acção ritual. A situação era inédita mas confortável. Não tínhamos de iniciar a interlocução, nem reflectir sobre a presença da câmara e dos investigadores – se perturbavam, tornavam inoportunos ou violadores de intimidades preservadas. Centrava-me nas palavras, nas interações verbais e na composição audiovisual sem ter de, numa primeira fase, de entrar nas conversas. A câmara acompanha o estar ali - participava, observava, registava. Era um bom começo para o trabalho de campo. Gerava-se facilmente a confiança das pessoas envolvidas na pesquisa, a inserção e a interacção. As conversas cruzadas ocupavam todo o tempo e incluíam-me, com algum protagonismo, talvez por ter vindo de mais longe para observar e participar no ritual. A câmara permitia manter-me ocupado em minha actividade, numa interacção verbal mínima e não perturbava as interações. Estimulava-as “por vezes, as pessoas conduzem-se mais naturalmente sendo filmadas do que em presença de um observador vulgar” (MacDougall 1979: 94).

A congada constituía um lugar de conflito ou de tensão entre gerações, entre a cultura local e os media. Aí estava, se definia ou se redefinia o lugar e o trabalho do antropólogo e da antropologia. Não se tratava de preservar documentos, ainda que vivos, sobre costumes que desaparecem (Mead, 1979). Os interlocutores viam nas fotografias uma forma de preservar o ritual a que os jovens dificilmente aderiam por causa da televisão e do desporto.

Outras imagens circulavam e eram evocadas no local. Tratava-se da lenda, narrativa local ou mito, segundo o qual os congados, com seus tambores, tiraram do mar a imagem de Nossa Senhora e a trouxeram para a igreja onde ficou. Estas imagens ou representações mentais ou internas não são radicalmente diferentes das outras imagens que Dorva (rainha Congo) mostrou, as imagens dos santos ou as

fotografias. Hans Belting refere que “todas as imagens que vemos, individualmente e no espaço colectivo, se formam por mediação dos media que lhes conferem a visibilidade. Qualquer imagem visível por conseguinte está necessariamente inscrita num medium de apoio ou de transmissão. Esta constatação vale mesmo para as nossas imagens mentais ou internas, que poderiam parecer subtrair-se a esta regra: é o nosso próprio corpo que nos serve neste caso de medium vivo” (2004: 8). Com efeitos este imaginário é mediado pelo corpo mediante a expressão vocal e encenada no ritual. Referimos apenas que “os seres humanos não se fazem compreender apenas através da linguagem, eles comunicam pelas diversas formas de expressão. Os rituais são uma das formas mais eficazes de comunicação humana. São acções nas quais a encenação e a representação do corpo humano ocupam o papel central. Pelos rituais comunidades humanas acreditam em si e se organiza a passagem para o interior delas mesmas ou de uma comunidade a outra” (Wulf 2005: 9). A realização de rituais constitui um tempo de crença da própria comunidade, uma forma reflexiva de tomada de consciência. São narrativas contadas a si, contadas aos próprios e aos outros. São também formas de memória, ou tecnologias de memória.

As tecnologias da memória nas sociedades ágrafas eram as práticas sociais e culturais vinculadas à tradição oral, à expressão visual e sonora e à sua transmissão efectuada através do corpo - incorporação visual da memória. A transmissão de este tipo de memória é a multimediática. Isto é, são formas expressivas corporais que se desenvolvem num tempo definido, o da sua realização. São escassos os vestígios que dela ficam uma vez passada a sua representação ou encenação. Nestas culturas orais os media (apoios de memória e portadores de informação) não estão separados dos sujeitos. Os sujeitos “são” memória e cenarizam ou encenam a memória de maneira viva através da recitação oral (cantos, lendas, os mitos) e seus complementos - objectos rituais (coroas, espadas, instrumentos musicais), máscaras (rito de inversão - o escravo que se torna rei), vestimentas (fardas, chapéus), gestos e posturas corporais, etc.. Linguagem natural, expressão de proximidade, de ligação, de intimidade profunda (com o outro, a natureza, as divindades, as imagens), revelador de uma ordem comunitária (Lohisse, 1998: 14-

27). Estas não são porém formas estáticas. Como no ritual de coroação de reis Congo há processos contínuos de reconfiguração ao longo do tempo e em quase toda a América Latina e vestígios de formas ligação e proximidade.

A situação de investigação tornou-se mais próxima e mais centrada ao entrar no imaginário local. Zé de Ernestina, rezador e vice Chico Rei ou Vice-rei Congo conduziu-nos a observação através das imagens que guarda num dos espaços da casa – espaço de cura e reza. O primeiro contacto com as imagens que reunira, ligara e hierarquizara [trata-se realmente de uma montagem como aquela que nós próprios fazíamos ao editar os filmes, os textos ou os hipermedias] nesse pequeno espaço da casa.

O ritual de origem Congo no Brasil era católico, intensamente religioso, a que se associavam danças [de cortejo, circulares] e a coroação de reis Congo. Como numa montagem paralela, Zé de Ernestina juntava ali esta complexa mistura [montagem] de crenças. De uma lado as imagens dos santos e símbolos da igreja católica... Do outro lado as fotografia – “aqui está eu e majestade Chico rei que veio de África” e as guardas - a sua própria grupo e outras. Não deixa porém de qualificar os outros grupos, ou guardas – os Bianos, uma guarda muito famosa e enumerar as outras guardas e ritos locais. Começávamos assim a construir a ideia de que quase todas as pequenas comunidades, localidades, tinham a sua guarda, ou um outro grupo cultural/ local e que sua denominação lhe era atribuída pelo local, pelo líder ou pelo santo da devoção.

1.2. Ardínia, a princesa moura

O Museu do Imaginário é um dos oito pólos museológicos previstos para o Museu do Douro. Propõe-se abordar o conceito de património imaterial e encená-lo numa perspectiva museológica. A dificuldade e o desafio advém sobretudo do facto de se tratar de um conceito recente - os museus não trabalhavam muito esta dimensão. Torna-se pois necessário criar metodologias que passam necessariamente pela integração das tecnologias digitais tendo em conta que, neste caso, “o mais importante é o património de entendimento, com o que pode

transportar de sonho e inutilidade, que somos capazes de criar do que o património que ansiosamente procuramos guardar. Os museus podem certamente ter este importante papel de ajudar a desmontar os seus próprios registos de funcionamento e de se constituírem mais enquanto projecto e acção do que memória” (Brito, 2003: 276). Seria um erro centrar-se apenas na recolha das coisas materiais ou imateriais destinadas ao arquivo, às bases de dados e ao enriquecimento de colecções. Torna-se necessário que a recolha transporte consigo os contextos de utilização, o processo de partilha onde se redescobrem e se encontram novos sentidos para aquilo que se recolhe. Assim mais que recolher fotografias retirando-as do contexto de utilização em que têm sentido, torna-se necessário obter os saberes paralelos que lhe estão colados, as histórias faladas. As lendas e os mitos fundadores não podem ser simplesmente recolhidos como documentos escritos ou falas a conservar. Torna-se necessário a utilização destes mitos e lendas locais na acção cultural, social e política. Os meios audiovisuais e as tecnologias digitais adquirem neste contexto uma particular importância.

No Seminário de Investigação/ Workshop La vallée du Douro, realizamos um pequeno ensaio de trabalho de campo mediado pelas tecnologias digitais a partir da multiplicidade de utilizações da lenda de Ardínia. As fontes documentais dizem:

“D. Thedon fecit multa bella, et Ardinia filia Alboazan Rex Lameca per suum amorem venit ad illum cum sorore de lacte, et incitin Abbatem Gelsius, et fecit illam Christianam, sed pater venit abscondite suffocavit illam, et D. Thedon, propter illam, non voluit de inde casare...”

Foi nossa intenção ver como a lenda, mito fundador do local se actualiza no âmbito da comunicação política – realização do cortejo histórico, realização das obras públicas realizadas no local: construção do parque temático de lazer ou apropriação da lenda pelos habitantes – nomes para os filhos, ou para os empreendimentos comerciais do local, ou sua decoração. A narrativa acima documentada surgiu assim contada a múltiplas vozes, e utilizada em múltiplos contextos. A narrativa filmica construída durante o seminário, resultado dos

primeiros contactos de terreno, organizou-se em torno da lenda contada pelo organizador do cortejo etnográfico e da apropriação destas pelos habitantes locais e do espaço filmado.

Paralelamente desenvolveram-se e aperfeiçoaram-se técnicas fotográficas de “registo científico” do património construído (igrejas, casas, paisagem) com processo de contextualização no local.

Estes procedimentos e seus resultados foram integrados num primeiro esboço de um sítio na Web, resultante desta primeira abordagem do terreno a integrar no Museu do Imaginário.

1.3. Imagens, crença e tecnologias de memória

No congado as imagens dos santos configuravam a crença. Destes salientamos os frequentemente associados aos ritos de coroação de reis Congo: Nossa Senhora do Rosário e os santos negros. Na lenda de Ardínia as imagens que perduram são a lenda e as fotografias do cortejo histórica passadas para a pintura nas paredes dos estabelecimentos comerciais. As fotografias documentavam e faziam parte do processo social. Crê-se que o aparecimento da fotografia teria afectado profundamente a relação do indivíduo com o passado. Seu nascimento, para Roland Barthes, divide a história do mundo porque “põe fim à resistência invencível de crença no passado, na história, em forma de mito [...] o que se vê no papel é tão seguro como o que se toca” (Barthes, 1981: 131). Sontag também atribui à câmara um papel fundamental da redefinição contemporânea da ideia de história e memória histórica, uma vez que as imagens conferem aos acontecimentos um tipo de imortalidade que jamais tiveram de outra maneira. Esta mesma imortalidade que confere a fotografia ao facto representado e na qual reside a fascinação que provoca o novo medium marcou o seu uso como “tecnologia de memória”. A câmara constitui-se assim como que talismã da memória, que complementa as tecnologias de memória do Século XIX (arquivos, colecções, museus) e lança as bases para os desenvolvimentos arquivísticos. O seu nascimento em plena industrialização e num clima de progresso e aceleração temporal, a vertigem perante a voragem das mudanças culturais, dá às imagens a aura de uma tecnologia necessária e urgente.

Tratar-se-á de preservar a história (culturas locais, sociedades primitivas) perante a ameaça de desaparecimento. A evolução do audiovisual, especialmente com o desenvolvimento da televisão e a indústria cinematográfica, transcendeu sua função de evidência, prova ou testemunho dos acontecimentos, para começar a jogar um papel determinante como mediador e produtor de cultura e conhecimento. A indústria cultural e os meios audiovisuais de difusão de massa abrem novos espaços de representação, produzindo uma redefinição da relação das sociedades com o passado. (Hartman, 1993).

2. DA COROAÇÃO DE REIS CONGO À BASE DE DADOS E AO HIPERTEXTO /HIPERMEDIA

O que nos levou a observar e participar no ritual de coroação de reis Congo, em Jequitibá e, anos mais tarde, ao vale do Douro foi a pesquisa que iniciáramos um ano antes sobre a construção da linguagem hipermedia em antropologia. Esta experiência associava duas práticas reconhecidas: as da antropologia visual nas suas diversas formulações, etapas e meios utilizados (Ribeiro, 2004) e os diversos sistemas de representação hipermediática (Navarro, 2002).

Considerávamos na história da utilização das imagens em antropologia poderíamos divisar seis grandes fases ou etapas que se foram reconfigurando paralelamente ao desenvolvimento da antropologia e das tecnologias e das linguagens visuais, audiovisuais e sonoras [fotografia e cinema, imagem fixa e animada, áudio] e dos quais resultaram produções específicas. A primeira fase, iniciada em meados do século XIX com as invenções tecnológicas da era “reprodutibilidade técnica”, visava sobretudo a produção documental; a segunda, iniciada na segunda década do século XX com o desenvolvimento da montagem no cinema, visava construção de uma linguagem cinematográfica; a terceira fase dava relevo às vozes e sonoridades locais; a quarta fase retomava as questões da reflexividade e do questionamento das narrativas lineares e o político das representações antropológicas. A quinta fase situamos neste projecto de passagem aos media visuais digitais e questiona o que daí resulta como novas linguagens, novos terrenos, novos paradigmas na investigação em antropologia. Esta consideração serviu-nos para

definir as diversas produções (componentes, objectos) que viríamos a utilizar no hipermedia (documentos primários, visuais, sonoros e audiovisuais; filmes com montagem simples; filmes de montagem mais complexa; produtos multimedia, apresentações, etc.). Na fase actual acrescentam-se outras formas hipermediática decorrentes das interacções mediadas pelas tecnologias digitais que remetem para formas de construção colaborativa de saberes, de relações sociais mediadas pelas tecnologias digitais. Em relação às imagens poder-se-ia referir uma hipercenografia do provável (Piault, 2000) ou do possível em que a experiência das imagens (dos procedimento e conhecimento antropológico) além de partilhada, poderá ser submetida à interpretação permanente dos espectadores e à reinterpretção crítica dos seus protagonistas através da universalização dos instrumentos como a Internet e os media digitais.

Durante a produção do hipermedia Coroação de Reis Congo e ao formular estas notas de reflexão, tornou-se necessário definir, ou pelo menos esclarecer, alguns conceitos fundamentais que usamos e o modo como os usamos ao longo da pesquisa. Esta definição de conceitos surgiu da necessidade de tradução da linguagem específica utilizada no hipermedia para a prática quotidiana de um trabalho comum e de esclarecimentos de conceitos como: hipertexto, multimedia, hipermedia ou ainda os conceitos de interface, base de dados e documento (componente, elemento, objecto constituinte da base de dados). Fizemos também a revisão dos principais sistemas de representação hipermedia cujo quadro sinóptico apresentamos aqui.

Detivemo-nos na apresentação do hipermedia Coroação de Reis Congo e do Museu do imaginário de Tabuaço na interface. Com o aparecimento e utilização generalizada dos novos media o conceito de interface adquire algum relevo [antropologia do objecto] (Johnson). Com efeito o modo como o homem interactua com o computador, através dos dispositivos de entrada e saída física de dados, remete para as tradições culturais do cinema ou da televisão (ver e ouvir) – o ecrã e as saídas de som; da imprensa ou da máquina de escrever (escrita) – o teclado; da acção ou interacção táctil mediada por um ponteiro virtual/digital – rato; o ambiente – interface gráfico. A noção de ambiente é constituída por metáforas que se usam para conceptualizar a organização dos dados informáticos (Manocivh, 2005: 119). O

interface assenta pois na poderosa tradição cultural da cinema, da escrita, da acção e numa linguagem que oferece modos específicos de representar a memória e a experiência humana baseada em dois sistemas – de objectos ou dados organizados em hierarquias - bases de dados (escritos, visuais, sonoros) e de objectos ou dados ligados uns aos outros através de vínculos diversificados (metáforas e gramática de funcionamento) mediados por dispositivos com que o usuário interage – hipermedia. Estas, memória e experiência humana, caracterizam-se fundamentalmente, pela capacidade ou potencialidade de construção/produção, armazenamento, indexação, organização e manipulação da informação; pela velocidade e facilidade de acesso; por uma estética e um sistema cognitivo multimedia, multissensorial, multisemiótica.

As alterações com que, nesta situação, nos confrontamos no trabalho de campo em antropologia decorrem: 1) da utilização de máquinas susceptíveis de produzir grande quantidade de informação em formato digital; 2) de meios poderosos de organização, manipulação [montagem] e tratamento de informação [computadores e softwares]; 3) de ferramentas com potencialidades de criação e desenvolvimento de novas linguagens [utilização de editores de imagem fixa e animada, de som, editores multimédia e hipermedia]; 4) de programação de formas de interacção com os participantes na pesquisa – actores sociais locais e usuários [participação, imersão, interacção]. Constatávamos também que, ao exigir o tratamento de uma maior quantidade de informação [dados], se superava: 1) a tradição da antropologia e da antropologia visual de só uma parte da informação produzida vir a ser tratada ou editada; 2) o utilizador ou consumidor não é confrontado com produtos acabados (fechados), com formas conclusivas definitivas - resultados finais da pesquisa. O hipermedia permitiria partir de um qualquer ponto ou nó - fontes primárias ou mesmo questões consideradas irrelevantes para o investigador, e seguir um itinerário de exploração em vez da argumentação linear ou linearizada pela escrita ou pela montagem audiovisual.

Partindo da análise da grande quantidade de informação produzida (recolhida), acumulada e indexada 1) esboçamos uma primeira construção de uma linguagem hipermediática baseada em fontes documentais multisensoriais, multimedia, multisemiótica 2)

propusemos (programamos) aos utilizadores percursos diversificados de exploração 3) criamos instrumentos de monitorização (observação) dos percursos; 4) equacionamos a possibilidade abertura do hipermedia a novas formulações decorrentes de novas pesquisas resultante do prosseguimento do trabalho de campo, do encontro e participação de outros investigadores, da interacção com os utilizadores.

Esquematizámos assim a interface e a organização da informação acessível (visível) a um primeiro visionamento ou utilização.



2. Coração de Reis Congo, estrutura de conteúdos

2.1. Interface, ambiente ou entorno

A construção do ambiente centrou-se assim na temática do mar, atlântico, na medida em que constituía o conceito central no projecto de pesquisa. O mar, para os escravos, separava e unia o Brasil, Portugal, as Américas e a Europa, da África. A água representava para os bakongo a ligação entre o mundo dos vivos e o mundo dos deuses, espíritos e ancestrais. Separava o mundo dos homens do mundo do além, do qual vinham todo conhecimento e ventura, emergiu a imagem da santa, mãe de Jesus, filho de Deus e mensageiro de sua palavra, à qual os negros haviam se convertido ao serem escravizados, ou mesmo antes, ao serem alvo da catequese católica que tivesse alcançado sua aldeia natal, seja por meio de padres europeus, seja por meio de catequistas africanos (Souza, 2002: 310).



Interface interface

2. Interface gráfico de Coroação de Reis Congo, Sérgio Bairon e José Ribeiro

O mar apontava também para acontecimentos históricos que, desde o Século XVI, constituíam os mitos fundadores da coroação de reis Congo associada ao culto de Nossa Senhora do Rosário e dos santos negros. No Brasil a coroação de reis e rainhas Congo está associada às Confrarias ou Irmandades, sobretudo às Irmandades de Nossa Senhora do Rosário dos Homens Negros, que agregava inicialmente a população de origem africana, escravos e livres, em tornos dos santos da sua devoção, os santos negros. Colava-se ainda ao imaginário e à representação popular consubstanciado nas lendas acerca da imagem de Nossa Senhora do Rosário achada no mar ou à lenda da resistência ou sobrevivência [romance familiar e o capitalismo negro (Stam, 1997)] negra no Brasil expressa na lenda de Chico Rei. As sonoridades do ambiente eram constituídas pelo reportório das guardas. No grafismo identificávamos a temática no título, a estruturação de conteúdos nos menus ou opções disponíveis para os

utilizadores e a partir destes as vias de acesso aos conteúdos, aos textos e intertextos (reticularidade hipermediática).

2.2. Intertextualidade digital ou reticularidade textual

A intertextualidade é referida frequentemente como o “fenômeno pelo qual um texto dado repete todos os anteriores” (Eco), “uma prática cada vez mais extensa da imitação e da autoreferência” mas também como sobreposição de formas (repetição, sequencialização, seriação) que fomentam e exemplificam a referência a textos anteriores, montagem, formas emergentes de autoria no ambiente digital. Para nós era isto. O texto como rede (reticularidade textual). Texto aberto, disperso, descentrado com múltiplos começos e fins que apontam para a redefinição do autor, a redefinição do leitor, o rompimento do cânone e os novos modos de ler e de escrever. Esta forma decorria da diversidade de relações entre imagens, imagens e sons, imagens e escrita, escrita e imagens; escrita e imagens decorrentes do trabalho de campo e de fontes históricas; entre o todo e o fragmento; associados a partir ligações lógicas (descritivas, ilustrativas, demonstrativas, argumentativas) ou aleatórias (randômicas) que remetiam para a inventariação hipóteses interpretativas.

Na construção do hipermedia demos particular atenção à reticularidade textual, às ligações entre os diversos textos, à intertextualidade, à multiplicidade de vozes (multivocalidade, polifonia). As escolhas da situação de pesquisa, dos documentos produzidos ou utilizados bem como os percursos programados e propostos aos utilizadores foram concebidos pelos autores. No entanto o hipermedia só parcialmente poderá ser considerado uma obra aberta. Na verdade ao verificarmos a necessidade de explorar novas temáticas / problemáticas relacionadas com o ritual procuramos em primeiro lugar que os utilizadores do hipermedia pudessem contribuir para a elaboração de novas edições resultante da interação entre os programadores e os utilizadores (incorporação de novos contributos) que completem, problematizem ou ponham em causa a versão inicial. A obra passava assim a ser submetida ao escrutínio, à interpretação permanente dos utilizadores e à reinterpretação crítica dos seus protagonistas através da universalização dos instrumentos e

consequentemente das formas de discurso. A forma mais elementar, frequentemente utilizada, é a indicação do email dos autores. Outras formas mais elaboradas advêm de dois factores: a ligação do Hipermedia à Internet a partir da criação de um sítio na Web (www.reticularidade.org) em que se criaram condições para o estabelecimento do diálogo com os utilizadores, e a criação de um rede de investigadores interessados na construção policêntrica, multisituada (localmente, disciplinarmente, politicamente) de saberes. Esta situação tornara-se possível pela participação dos autores em eventos que decorreram nos países em que realizaram o trabalho de campo mas também pelas mudanças tecnológicas que entretanto foram acontecendo. Destas se destaca a Internet de segunda geração ou seja a transformação da Internet de sítio (lugar) para publicação em sítio (lugar) de interação. Nesta situação o utilizador supostamente abandona a posição de mero consumidor de conteúdos para se tornar produtor e distribuidor de conteúdos que alimentam a rede.

A oportunidade tecnológica e a natureza da problemática abordada abrem algumas possibilidades para a perspetivação desta construção policêntrica de saberes. Referenciamos-nos em Sohat e Stam. Para estes autores a concepção de que o multiculturalismo policêntrico parte do princípio que pode ser abordado a partir de “muitos centro culturais dinâmicos e muitas posições estratégicas possíveis” (Shohat e Stam, 2002: 69).

Nesta perspetiva a construção de saberes pode tornar-se uma construção multicultural policêntrica remetendo para o reconhecimento da repartição / dispersão dos saberes (e poderes); a afirmação dos saberes e expressões dos grupos ignorados na relação com os saberes hegemónicos; o reconhecimento da dimensão festiva ou dionisiaca (ou artística) do conhecimento e da cultura; a negociação de conhecimentos produzidos nas margens com o produzido no centro; a construção de identidades múltiplas, instáveis, historicamente situadas, produto de identificação polimorfos e das diferenciações que vão ocorrendo; a dimensão recíproca e dialógica dos saberes, dos indivíduos, das sociedades e das culturas como entidades mutantes e premiáveis; e as filiações baseadas em identificadores e desejos sociais partilhados.

3. APROPRIAÇÃO LOCAL DAS IMAGENS E DOS SABERES

Em Agosto de 2007 voltamos ao terreno. Os objectivos iniciais do trabalho de campo e da investigação eram os de estudar o património imaterial e o capital social em torno das práticas culturais e sociais locais relacionadas com os rituais do congado.

Desta investigação, mediada pelas tecnologias digitais, resultaram milhares de fotografia, muitas horas de registo áudio e vídeo, alguns filmes, um hipermedia e textos publicados nas revistas da especialidade que serviram os objectivos académicos e científicos do projecto e dos investigadores nele envolvidos.

Houve, no entanto, neste processo algo que nos questiona sobre os objectivos da investigação em antropologia e das ciências sociais em geral. Trata-se da devolução à comunidade local dos produtos resultantes da investigação.

A apropriação das imagens e dos filmes pelos locais são, em primeiro lugar, um contributo para sua auto-estima, um desencadear de emoções (Marano, 2007). Esta apropriação é sobretudo emocional. Em segundo lugar a devolução ao município, à biblioteca local, às escolas, às associações locais contribuiu para o acervo documental local e consequentemente para o melhor conhecimento do local pelos locais. Estas práticas não são de todo alheias à antropologia de terreno. A devolução das fotografias, dos filmes e dos discos (CDs – áudio) tornaram as produções científicas e documentais mais acessíveis às populações locais, tornaram-nas também objectos de partilha e de memória pessoal e institucional. Há nesta situação sobretudo duas lógicas – apropriação emocional destas produções e a lógica de enriquecimento dos acervos documentais (dos arquivos ou das bases de dados) ainda que disponíveis para a utilização no ensino e em novas investigações – estudos etnográficos longitudinais.

Sente-se agora necessidade de prosseguir o caminho da devolução dos saberes académicos, construídos no local, aos locais e na construção de saberes a partir do local. Há que inventar novas formas de construção e partilha de saberes – de utilização dos saberes locais pela academia e utilização dos saberes académicos no contexto local. Este

objectivo torna-se hoje possível através da utilização das tecnologias digitais nos processos de investigação e comunicação com as comunidades locais.

No prosseguimento da investigação criaremos na comunidade académica uma rede de interacção, uma comunidade de prática, que junte diversos saberes em torno do local, que facilite a comunicação entre investigadores das diversas áreas envolvidas na investigação, que ligue os investigadores ao local – como forma de extensão universitário e serviço à comunidade. Criamos assim um grupo de investigadores universitários interessados na realização de estudos locais pluridisciplinares a que chamamos INTERACT e simultaneamente negociar com os líderes locais a criação de núcleos de estudos e acção local – NEAL que assegurem a identificação dos problemas locais, agreguem os actores locais envolvidos no processo, escolham os seus líderes e participem / apõem / colaborem na realização dos estudos locais e na apropriação e utilização dos saberes académicos na resolução de problemas locais. A mediação entre os dois grupos é sobretudo viabilizada pelo uso sistemático das tecnologias digitais.

Assim o desenvolvimento do projecto de investigação que iniciámos adquire novas reconfigurações, sem perda das suas características iniciais. Adapta-se ao terreno e estabelece a comunicação entre os saberes locais e os saberes académicos e utiliza as ferramentas e as potencialidades da era digital.

BIBLIOGRAFÍA

AFFERGAN, François. 1987. *Exotisme et altérité. Essai sur les fondements d'une critique de l'anthropologie*, Paris, PUF.

ALVÉOLOS, Heitor “Cartografia digital do património da Região Demarcada do Douro” em Arte e Comunicação Multimédia, <http://acmmup.wordpress.com/page/2/>.

BARTHES, Roland. (1981) *A Câmara Clara*, Lisboa, Edições 70.

BELTING, Hans. (2001) *Pour une anthropologie des images*, Paris: Galimard.

FRANCE, Claudine de (1989), *Cinéma et Anthropologie*, Paris, Maison des Sciences De L'Homme.

GINSBURG, Faye. (1999), “Não necessariamente o filme etnográfico: traçando um futuro para a antropologia visual” in *Imagens em Foco, Novas Perspectivas em Antropologia*: 31-54.

HERMANN, Jacqueline (1998) *No reino do desejado. A construção do sebastianismo em Portugal*, São Paulo, Companhia das Letras.

HINE, Christine. (2000) *Virtual Ethnography*, London, Sage publications.

JOHNSON, Steve. (2000) *Cultura da Interface*, Rio de Janeiro, Jorge Zahar.

LAPLANTINE, François. (1996), *La Description Ethnographique*, Paris, Nathan.

LÉVI-STRAUSS, Claude. (1970) *Antropologia estrutural*, Rio de Janeiro, Tempo Brasileiro.

LOHISSE, Jean. (1998) *Les systèmes de communication, approche socio-anthropologique*, Paris, Armand Colin.

LUCAS, M. E. (2005) *Antropologia e Performance*, revista Horizontes da Antropologia ano 11, nº 24, Julho/Dezembro.

MACDOUGALL, D. (1998), *Transcultural cinema*, Princeton: Princeton University Press.

MANOVICH, Lev (2005), *El Lenguaje de los Nuevos Médios de Comunicación, la imagen en la era digital*, Barcelona, Paidós.

MORENO, Isidoro. (2002) *Musas y Nuevas Tecnologías, el relato hipermedia*, Barcelona, Paidós.

PIAULT, Marc-Henri. (2000), *Antropologie et Cinéma*, Paris, Nathan Cinéma.

PINK, S. (2006) *The Future of Visual Anthropology, engaging the senses*, Oxon, Routledge.

RIBEIRO, José da Silva. & BAIRON, Sérgio (2007) *Antropologia Visual e Hipermedia*, Porto, Afrontamento inclui DVD – Antropologia Visual e Hiperme(i)dia.

RIBEIRO, José da Silva. & BAIRON, Sérgio. (2005) *Congada de Nossa Senhora do Rosário, Jequitibá*, Minas Gerais, DVD, Porto: CEMRI – Laboratório de antropologia Visual, Universidade Aberta

RUBY, Jay (2005) “The last 20 years of visual anthropology – a critical review” *Visual Studies*, 20 (2) 159 – 170.

SHOHAT, Ella. e STAM, Robert. (2002) *Multiculturalismo, cine y medios de comunicación, crítica del pensamiento eurocêntrico*, Barcelona, Paidós

SOUZA, MARINA de Melo (2002) *Reis Negros no Brasil Escravista, história da festa de coroação do rei Congo*, Belo Horizonte, Editora UFMG.

TERRASA, Antonio Navarrete (2006) “Semantic integration of thematic geographic information in a multimedia context” http://www.tesisenxarxa.net/TESIS_UPF/AVAILABLE/TDX-1025106-130242//tant1de1.pdf (consultado em Maio de 2008).

TURNER, Victor (1987) *The Anthropology of Performance*, New York, PAJ Publications.

CIBERETNOGRAFÍA: COMUNIDAD Y TERRITORIO EN EL ENTORNO VIRTUAL¹

MIQUEL ÀNGEL RUIZ TORRES
Universitat de València

La etnografía como metodología de investigación, no es exclusiva de la antropología social. Otras ciencias sociales la están usando cada vez más, despojadas paulatinamente de los complejos que no hace tanto tiempo separaban las disciplinas en distintos cotos metodológicos. Si bien sociólogos como Émile Durkheim o Pierre Bourdieu utilizaron la etnografía en sus principales trabajos de campo, la metodología etnográfica parecía ser cosa de los que estudiaban las llamadas “tribus primitivas”, algo que les conducía hacia el énfasis en la diversidad. Mientras que, por su parte, los investigadores de las sociedades complejas aplicaban métodos considerados más cercanos a la ciencia positivista, más centrados en la regularidad. Hoy en día este modelo rígido en el que se separaban las ciencias sociales ha evolucionado hacia un generalizado eclecticismo metodológico.

La etnografía se despliega en el campo usando un conjunto de técnicas que los antropólogos de ahora y de antaño aplican, buscando el dato observado y contextualizado, y revelando las diferencias entre casos. Pero la etnografía enfrenta actualmente nuevos retos en un mundo globalizado definido por la sociedad de la información y por los espacios deslocalizados, entre ellos, el ciberespacio. Con la volatilización del concepto clásico del espacio sociocultural, directamente vinculado al espacio físico entendido como un territorio acotado, geográficamente limitado, el trabajo de campo etnográfico está pasando, desde hace más de una década, por una reconceptualización que haga posible su aplicación a nuevos entornos, desde las empresas multinacionales, hasta Internet.

¹ Una primera versión de este trabajo se presentó en el 2º Congreso Online del Observatorio para la Cibersociedad: *¿Hacia qué sociedad del conocimiento?*, en noviembre de 2004 (Ruiz Torres, 2004)

En este texto voy a presentar algunas razones, basadas en la propia experiencia de campo en el ciberespacio, para confiar en que la etnografía pueda adaptarse al nuevo entorno deslocalizado,

1. EL SIGNIFICADO SOCIAL DEL TERRITORIO

En antropología social, el concepto de espacio no coincide con el de territorio físico, ya que implica también el tratamiento sociocultural que se le da al mismo (García, 1976: 19). Es decir, existen el espacio cognitivo, el simbólico, el estructural, y pueden, o no, estar basados o coincidir con el espacio entendido como un lugar geográfico con sus coordenadas exactas.

Esto significa que el territorio, como concepto antropológico, es el espacio donde ocurren las relaciones socioculturales—que tiene en cuenta el núcleo habitado, pero también el entorno donde la vida comunitaria transcurre (García, 1976: 19). Estas relaciones le imprimen al territorio un carácter subjetivo, ideológico, simbólico, ya que actúan como una mediación capaz de semantizarlo. Por eso, todo territorio habitado es un espacio socioculturalizado, y en consecuencia, es a partir del espacio social que cobra sentido el territorio (*ibidem*: 21).

Existen dos formas de semantización territorial: la metonímica y la metafórica, si bien ambas nunca aparecen desconectadas totalmente la una de la otra (*ibidem*: 97). La metafórica hace referencia a la formalización simbólica que hace que un campo semántico sea relativo a una estructura social; es decir, que ciertos símbolos connoten mediante el proceso metafórico ciertas relaciones humanas. Por eso apela a una estructura formal estática y tiende a la sincronía.

Por otro lado, la territorialidad metonímica alude al significado del espacio en el proceso temporal, en el contexto cultural de su realización concreta. Se trata de lo que García llama la “movilización de los signos”, dónde se dan substituciones de sentido, desplazamientos y condensaciones semánticas (*ibidem*: 142). Este tipo de semantización nos remite a una estructura contextual y tiende a la diacronía.

Las investigaciones sobre la territorialización no dudan en confirmar los procesos socioculturales donde el espacio cobra sentido y nos habla de la sociedad que lo ocupa. Pero ¿cómo el espacio cibernético, aquel basado en bits de información que se mueven de un lugar a otro a través de la fibra de vidrio, puede revestirse de un significado expresivo que nos hable de la estructura sociocultural que lo habita? ¿Cómo el territorio virtual² puede ser semantizado por la cultura si faltan los referentes físicos del espacio, o si estos son muy precarios? ¿Cómo se organiza el territorio virtual en un espacio repleto de sentido basándose en las relaciones sociales desterritorializadas que se dan? Y ¿cómo el etnógrafo puede dar cuenta de todo ello?

2. UN ETNÓGRAFO EN INTERNET

Algunos etnógrafos (Hamman, 1997) dan sesudas razones para justificar el hecho de atreverse a husmear en el ciberespacio. Sus estudios están escritos con un aire de “no tuve más remedio”, como si el hecho de hacerlo sin más no fuera sostenible y tuviera que demostrarse que es la única manera de llevar a cabo la investigación. Pero ¿por qué no diseñar ésta desde un comienzo con la idea de trabajar en el ciberespacio, ya que su objeto de estudio se localiza en el mismo? ¿Por qué no se procede a instalar “legítimamente” una metodología para investigar el entorno digital?

Antes de llegar a estas conclusiones yo mismo pasé por estas fases de tímido acercamiento al ciberespacio. Entre los años 2001 y 2004 llevé a cabo en México una investigación sobre sociabilidad e imaginario erótico de adultos participantes en comunidades virtuales e interesados sexualmente en niñas: así, fantasías pedofílicas en forma de literatura popular, autobiografías y entrevistas se convirtieron en mi objetivo etnográfico. Inicialmente, abordé la nueva empresa a partir de un estudio previo realizado sobre explotación sexual comercial de niños en México. En este trabajo, debido a sus objetivos, me orienté

² Entiendo por virtual lo “no presencial”, lo que no está “aquí”, lo que carece de inmediatez física, aunque sí “existe”; lo que es “aparente” (como si hubiera presencia) pero al mismo tiempo “real” (la presencia existe por sus signos y símbolos). Evito usar el término “realidad virtual”, aunque es plenamente legítimo, y lo sustituyo frecuentemente por los de “espacio virtual”, “ciberespacio” o “entorno digital”.

básicamente hacia las niñas y niños sexualmente explotados en las ciudades turísticas de Cancún y Acapulco (Ruiz Torres, 2003). Entonces, ahora ¿por qué no hacerlo también con los abusadores y explotadores? La principal dificultad se hizo pronto evidente: la imposibilidad de encontrar en la realidad presencial³ participantes voluntarios en el estudio. Ahora, aquellos mismos de los que me hablaban las niñas entrevistadas se convertían en inaccesibles e invisibles. Y este primer problema parecía insalvable: ¿cómo localizar a los adultos con una orientación sexual perseguida y estigmatizada, e ilegal, y que quisieran colaborar? ¿Cómo hallar a gente dispuesta a participar sin quebrantar el silencio y secretismo en el que usualmente viven? La solución fue buscarlos en el ciberespacio, un lugar donde salones de Chat y comunidades virtuales están poblados de usuarios dispuestos a compartir, además de sus materiales ilegales (que no me interesaban), sus historias y fantasías acerca de contactos sexuales con niños y niñas. En consecuencia, reorienté la metodología etnográfica hacia el entorno virtual.

Otras investigaciones sobre temas de pedofilia en Internet (Mahoney y Faulkner, 1997; O'Connell, 2001; Jenkins, 2001; Silverman y Wilson, 2002) ya habían sido diseñadas desde el principio para trabajar *en el* ciberespacio y, aunque fueron de mucha ayuda por lo que respecta a los hallazgos, poca información proveyeron sobre cómo hacerlo, sobre la metodología: ¿cómo contactar y presentarse? ¿Cómo ser aceptado? ¿Cómo lograr que los sujetos quieran ser entrevistados?

Con la convicción de que moverme en el ciberespacio era la mejor forma de acceder a este colectivo perseguido y disperso, el proyecto en el entorno virtual siguió adelante con un éxito suficiente. Pero ¿son éstas las únicas razones válidas para sustituir la grabadora por la entrevista textualizada en formato digital; es decir, que el acceso sea

³ Llamo "realidad presencial" a la posibilidad de percepción (es decir, una manera de conocer) de los sujetos sociales que se lleva a cabo mediante la presencia física inmediata de los mismos, y sin la mediación de tecnologías de la comunicación. Está más extendida la fórmula "vida real" (*real life*), sobretodo en el mundo anglófono; no obstante, esquivo su uso para evitar la posible identificación de la "realidad virtual" con la "vida irreal", "vida potencial" o "vida no existente", nociones que introducen confusión y son equívocas, dado que las interacciones de los internautas en el ciberespacio son experimentadas como reales en su sentido fenomenológico.

imposible por los medios tradicionales de la etnografía? Obviamente, existen claras ventajas para desarrollar la etnografía en el ciberespacio cuando el tema de estudio (interés centrado en conductas desviadas o delictivas) hace del anonimato y de la mediación digital, que permite Internet, una bendición para las pesquisas entre estos sujetos de estudio.

Algunos autores, todavía en etapas tempranas de la eclosión social del ciberespacio, dieron la bienvenida a la etnografía al entorno virtual, detallando los diversos campos en lo que la antropología podía desarrollarse exitosamente en Internet, y sin necesidad de buscar justificaciones (Escobar, 1994). Y es este el punto que me gustaría reivindicar aquí. Además de la ventaja en objetivos de estudio concretos, trabajar en el ciberespacio es más que un medio de acceso a la información mediante la imitación o emulación de los métodos tradicionales, en el sentido de “sino hay otro remedio”. El ciberespacio puede proporcionar metodologías y técnicas renovadas para la obtención de datos, el análisis y la interpretación hecha por el autor (y otros participantes/autores), así como la propia lectura de los textos etnográficos. Y esto pasa por la renuncia a entender el territorio geográfico como una condición necesaria para el desarrollo del trabajo etnográfico. El ciberespacio, como medio de comunicación basado en las tecnologías digitales, puede hacer posible una nueva “etnografía multisemiótica” (Mason y Dicks, 1999) gracias a que: (a) logra nuevos procedimientos de acceso a la información; (b) consolida la validación de los datos al crear nuevos cruzamientos para contrastar las fuentes, algo que la etnografía clásica denomina “triangulación” y considera vital para evitar confiar en apenas una sola fuente de información (Hammersley y Atkinson, 1994: 39); (c) permite analizar e interpretar la información sin pasar de lo oral a lo escrito, sin salir de un formato textual, ya que las entrevistas y las conversaciones son directamente escritas; (d) también abre nuevas maneras de organizar la interpretación y la argumentación; y (e) permite las referencias cruzadas y el desarrollo de vínculos (*links*) hacia diversos medios (texto, fotografía, vídeo, sonido, etc.) en todas las fases de la investigación. Tal y como arguyen Mason y Dicks (1999), se trata de un “arte de dar mucha más autoridad [*authoring*] a la etnografía”, en el sentido de dar más autores, más perspectivas, más lecturas, más

potencial creativo e interpretativo. A esta nueva perspectiva de la etnografía se la conoce como “hipertextualidad”. Incluso podríamos llegar a afirmar que el ciberespacio viene a reforzar el concepto holístico que siempre ha tenido la etnografía.

No obstante, todo esto quizás suene demasiado optimista. El proceso de adaptación de la etnografía al entorno virtual y los medios digitales no es sencillo. Pero, lo que sin lugar a dudas no se puede negar es que los nuevos modos de comunicación, las nuevas formas de construir identidades personales y colectivas, y sus estrategias reivindicativas; en fin, las nuevas prácticas de interacción social, van expandiéndose e inundando otros espacios tradicionalmente ocupados por las formas antiguas de socialización, basadas en un territorio geográfico.

3. TERRITORIO Y COMUNIDAD EN LA ETNOGRAFÍA CLÁSICA

En antropología social, muchas veces el concepto de “comunidad” ha sido identificado metodológicamente con el objeto de estudio. Esto es síntoma de cierta herencia naturalista de la antropología, la cual ve los lugares naturales, identificados como un territorio concreto, como objetos de estudio (Hammersley y Atkinson, 1994: 56). Se trata del caso de muchas etnografías clásicas, conocidas como “monografías” o “estudios de comunidad”, para cuyos autores (de orientación funcionalista) estudiar todos los aspectos de una comunidad, de tamaño reducido, donde predominan las relaciones cara a cara, llegaba a ser el propio requisito del holismo inherente a la etnografía: recoger todos los aspectos de la vida social para que conductas, representaciones y artefactos materiales pudieran tener un sentido en una totalidad significativa. De esta manera se identificaba el objeto de estudio con la población y a la pregunta: “¿qué has estudiado?” se respondía con el nombre de un lugar, o la denominación de los indígenas.

La etnografía se vinculaba, entonces, tanto a un territorio físico, cuyas fronteras estaban muy bien definidas, como a una comunidad “cerrada”, cuyos límites sociales estaban bien constituidos, o eso se creía. Los lugares de estudio eran aldeas o comunidades tribales, con

un número de habitantes por lo común de varias decenas, y donde el etnógrafo tenía a su alcance las relaciones de todos los individuos y, por tanto, la comprensión de toda la actividad social y cultural. Esto era favorecido por la pervivencia de comunidades con altos grados de aislamiento (real o ideológico) respecto a las potencias coloniales.

Con el auge de la antropología urbana y los estudios en sociedades complejas, así como con la renovación de las corrientes teóricas, esta identificación entre comunidad y objeto de estudio fue desprestigiada. Como afirman Hammersley y Atkinson (1994), ni es posible dar un informe exhaustivo de ningún objeto, ni tampoco el objeto de investigación puede ser isomórfico con el medio en el que se ubica: “un medio es un contexto determinado en el cual ocurren los fenómenos, que pueden ser estudiados desde varias perspectivas” (*ibidem*, 1994: 57).

Aunque la antropología ha seguido conservando su vocación holística, actualmente las monografías son escasas, y los estudios se vinculan a un problema de investigación para cuya respuesta no es necesario el análisis de toda la comunidad como tal y como un todo. Holismo se entiende más como una totalidad de comprensión para resolver un problema de investigación, que como una totalidad exhaustiva de la vida social vinculada a un territorio.

Pero lo que ha sido constante en la etnografía es la vinculación de la comunidad de análisis con un territorio físicamente determinado—y eso a pesar de que, en antropología, el espacio social no se corresponde con el físico. Las etnografías necesitaban estar localizadas en el espacio, a ser posible en un territorio no muy grande—sea aldea rural o barrio urbano.

4. LA COMUNIDAD VIRTUAL ¿EMULACIÓN O INNOVACIÓN?

Algunos autores (Hamman, 1997; Reinghold, 2000; Hine, 2004) han relacionado el auge de las comunidades virtuales en el ciberespacio con la pérdida de lo que se conoce como “terceros lugares”, lugares que sin ser los espacios familiares y de trabajo, son vitales para la socialización, la vida pública informal. Así, centros de ocio, iglesias, plazas, parques, son espacios cada vez más escasos. Pero, debido a

que estos espacios en recesión constituyen sitios imprescindibles para la vida comunitaria, estos sociólogos afirman que las relaciones y el intercambio en el ciberespacio y la formación de comunidades virtuales a través de las tecnologías digitales, han venido a yuxtaponerse e, incluso, a sustituir las funciones tradicionales de los terceros lugares. Estos nuevos espacios de socialización emergen al calor de intereses compartidos, los cuales, aunque en su mayor parte también se comparten en la realidad presencial, adquieren un potencial comunicativo y de identificación personal cualitativamente diferentes.

No obstante, algunos de estos intereses pueden ser poco comunes, extraños e incluso ilegales, que obligarían a sus aficionados a grandes desplazamientos geográficos, o a reuniones clandestinas, con el fin de mantener una conversación en la realidad presencial con sus camaradas. En el caso de las comunidades virtuales orientadas a la pedofilia, la pertenencia a las mismas representa para la mayoría de sus miembros algo más que una afición para sus ratos libres. La participación en estas comunidades puede llegar a significar para sus miembros la posibilidad de desarrollar nociones tan importantes como la identificación personal positiva con el estigma que perciben y sufren, y la continuidad y coherencia de una orientación sexual normalmente inconfesable. En estos casos es necesario que exista una fuerte motivación, pero que sea experimentada como una necesidad insoslayable y fuente habitual de ansiedades vitales.

Pero, ¿cuáles son las características básicas de las comunidades virtuales, y sobre todo, aquellas que las distinguen de las comunidades de base territorial?

(a) Son comunidades desterritorializadas. Esto significa que las personas están ausentes, y por tanto, no están junto con el etnógrafo. Es la antítesis del “estar ahí” etnográfico de Geertz (1990), razón por la cual, este paradigma podría ser demoleatoriamente cuestionado en la era digital y afectar al fundamento epistemológico de la antropología social si ésta no es capaz de prescindir de la presencialidad territorial.

(b) La geografía es contingente pero no determinante. Se deduce que entre la textualidad de la pantalla y un individuo situado en un lugar hay una relación de correspondencia, el cuerpo y el territorio existen. Pero ni el lugar ni el cuerpo determinan la existencia de la comunidad,

no son su “punto de partida o constreñimiento” (Lévy, 1998: 29). La comunidad virtual no está fundamentada en el territorio, sino que es desde el principio “guiada por pasiones y proyectos, conflictos y camaraderías” (*ibidem*: 29).

(c) Sus miembros son ubicuos y el conjunto es irrepresentable. No se trata de que la gente esté en todas partes, sino que la comunidad virtual se identifica simbólicamente con cualquier lugar del mundo—o con un dominio lingüístico. Por su extrema complejidad, no se puede representar sobre un mapa o plano, por lo que hay que imaginársela sin la ayuda de lo icónico.

(d) Los nuevos sistemas de comunicación digital imponen un ritmo diferente a los intercambios en las comunidades virtuales. Así, la velocidad del registro y la transmisión se ha revolucionado, así como los planos comunicativos y sus cualidades. Con ello, surgen nuevas formas de relacionarse, tales como las conversaciones paralelas en pantallas simultáneas, los diálogos caóticos e irrecíprocos, o los intercambios masivos vinculados al hipermedia.

(e) La interacción social tiene poca inercia y suele carecer de lugares referenciales fijos. Los intercambios carecen de un punto de orientación estable y sus móviles miembros pueden aparecer cuándo y dónde quieran, o sólo hacerlo una vez y esfumarse.

(f) Los sujetos son anónimos y se presentan con identidades múltiples. Existe una subjetividad creativa, una formación de identidades sociales “a la carta” según los caprichos o los fantasmas de los individuos.

No obstante, las nuevas comunidades virtuales, con una presencia y dinámica sociales capaces de sustituir las tradicionales relaciones cara a cara y los espacios históricos de socialización informal, pueden generar escepticismo. Éste es el caso de Robert Nirre (2001), para quien las comunidades virtuales no son más que una ilusión, un espejismo de sociedad, que en realidad están basadas en un espacio inexistente, que sólo consiste en información e interfaces. Y más aún, el mundo virtual se erige como devorador de la realidad, de la historia y del mito ¿Es posible que el territorio virtual sea un no-espacio incapaz de recibir una ordenación simbólica? ¿Puede la

ciberetnografía describir una comunidad virtual en los términos de un territorio semantizado?

5. LA NUEVA TERRITORIALIDAD METONÍMICA Y METAFÓRICA

Según la etnografía clásica, es necesario un espacio físico como materia prima para la simbolización de las relaciones sociales; es decir, es imposible encontrar un campo semántico sin una base territorial. Pero, con poco que naveguemos en Internet observaremos que una comunidad virtual es un *locus* perfectamente simbolizable, donde miles de individuos se buscan, se encuentran, entran, salen, se presentan, se conocen, dejan regalos y los reciben, se agradecen, se insultan, se lamentan, se despiden enojados o regresan contentos, nada que un contemporáneo Marcel Mauss no pudiera reconocer como un lugar de intercambio simbólico.

Por ejemplo, el centro cualitativo de nuestras comunidades virtuales se estructura a partir de la posesión o no de imágenes de pornografía infantil con el fin de poder compartir; por lo que son los espacios dedicados a la exposición de dichas imágenes (buzones, links) los que se convierten en dichos centros cualitativos. A partir de éstos se reconocen dos categorías de miembros, con los cuales se establecen diferentes relaciones sociales: a) los poseedores de imágenes (los iniciados); b) los no poseedores de imágenes (los neófitos). Entre los primeros se consolida una exclusividad positiva, mientras que entre los novatos, desposeídos de imágenes, se instaura una exclusividad negativa (García, 1976: 77). Esto quiere decir que los primeros tienen derecho a ocupar el espacio de la comunidad virtual, mientras que los segundos o no lo han tenido nunca, o lo han perdido por negligencia. Hay, pues, un centro cualitativo capaz de generar segregaciones y exclusivismos, y prohibiciones de penetrar o permanecer allí dónde no se le permite a alguien. Parece evidente que aquí nos movemos sobre una territorialidad metonímica. Los mismos espacios adquieren significados diferentes para los mismos sujetos según la posición que ocupen éstos en la (proto)estructura social de la comunidad virtual. El contexto está en constante transformación, y con ello el significado del espacio.

Por ejemplo, si la comunidad dura mucho tiempo y el administrador decide protegerla prohibiendo la exposición directa de imágenes ilegales, el buzón de fotos pasa de ser el centro cualitativo a un cuchitril sin nada interesante y, además, simbólicamente peligroso, un lugar donde mejor no entrar; mientras que el buzón de mensajes, donde están los *links* hacia los archivos digitales, se convierte en el nuevo centro cualitativo y el espacio de paso obligatorio. Por otra parte, si un miembro gana posiciones porque aporta muchas imágenes y se muestra solidario, su estatus cambia, y los espacios para él se resignifican. Así, el administrador lo puede convertir en su ayudante y otorgarle los mismos privilegios que él para aceptar o rechazar miembros. Entonces, puede pasearse por dónde quiera. Y lo que es más importante, gana puntos para acceder a los míticos grupos de élite, grupos de administradores escogidos donde supuestamente se comparten materiales de primera calidad.

En este punto, vemos que también es posible interpretar una territorialidad metafórica en las comunidades virtuales. Aparte de la estructura social que se expresa en el lenguaje y en sus clasificaciones jerárquicas, existe también una estructura mitológica en este sector del ciberespacio. Ésta está basada en personajes, historias y lugares que se oyen comentar en las comunidades, llevadas de oasis en oasis por los cibernautas nómadas, y que hacen referencia a un mundo de fundaciones heroicas, comunidades que duraron años con miles de miembros, y de historias de cómo los mejores, los sabios miembros de la élite, han llegado dónde están. También se citan comunidades, de momento inalcanzables, donde la pornografía es inacabable y perfecta; así como territorios prohibidos, páginas web que son preámbulos del infierno del pedófilo públicamente descubierto, donde uno nunca debe de meter las narices porque son trampas de policías. Y por supuesto, se describen conductas sospechosas personificadas por individuos con los que nunca hay que hablar, sujetos peligrosos que se muestran solidarios pero, en realidad, son traidores antipedófilos.

También existen procesos rituales que obligan a conductas protocolarias, obligatorias, a ritos enraizados en esa protoestructura social y derivadas de la mitología ciberpedófila. Por supuesto, el ritual de iniciación en la comunidad, sobretodo si el nuevo feligrés hace patente su ignorancia, consiste en bromas crueles y humillaciones,

imponiéndole la dura prueba del aprendizaje autodidacta o con poca ayuda, a ver si es capaz de conseguir la destreza técnica necesaria para moverse en este medio. No obstante, también hay miembros que ofrecen sus conocimientos desinteresadamente a los recién llegados—o quizás con el interés de agradar al administrador.

Otro tipo de conductas rituales consisten en el cumplimiento de reglas, lo que hay que hacer para exorcizar el ser virtualmente eliminados o literalmente cazados por los ciberpolicías. Tales son, por ejemplo, el uso de eufemismos en el lenguaje (para nombres de comunidades y buzones de fotos); el no alardear demasiado ni poner a la venta la pornografía que uno posee; y la exigencia continua de solidaridad, aunque sea con una sola fotografía. Casi toda esta estructura mítica apela a las normas de comportamiento exigidas para que las comunidades no sean eliminadas. En definitiva, a las reglas que permitirán al grupo y a sus miembros sobrevivir, representadas en forma de relatos, personajes y lugares míticos.

6. INVESTIGAR “EL” CIBERESPACIO O “EN EL” CIBERESPACIO

Estudiar en el ciberespacio no está exento de muchos de los problemas que también posee la metodología etnográfica tradicional; y en algunos casos, incluso se acentúan. Uno de los más acuciantes es el del involucramiento del etnógrafo en la forma de vida de los sujetos entre los que estudia, algo que también acarrea problemas éticos que no se pueden olvidar.

En la realidad presencial el antropólogo, una vez ha logrado ser aceptado en la comunidad donde realiza su investigación, rara vez pasa desapercibido o es tratado como un extraño. Con el tiempo, los “nativos” se suelen interesar por aspectos de la vida personal del investigador, y en reciprocidad, es común compartir esta curiosidad, que parte de la necesidad de reconocimiento en la interacción personal. Pero en el ciberespacio las cosas son diferentes.

Para empezar, no es lo mismo investigar *sobre* el ciberespacio que hacerlo *en el* ciberespacio. Estudiar *sobre* el ciberespacio lo puede hacer alguien que jamás haya navegado en Internet, sería suficiente

con dotarse de una buena bibliografía; o puede ser un trabajo etnográfico cuya pregunta de investigación esté centrada sobre el propio entorno digital. En cambio, estudiar *en el* ciberespacio quiere decir que éste es propiamente un canal, un medio, el contexto, un nuevo “territorio” donde la vida social se desarrolla y no un objeto de investigación en sí mismo. Entonces puede uno estudiar, por ejemplo, entre los creyentes en los OVNIS, y acercarse al ciberespacio porque es el *lugar* donde los sujetos *están*—al igual que acudiríamos a una asociación de observadores del cielo en la realidad presencial, sin mostrarnos muy interesados en la arquitectura de los edificios.

Cuando se está investigando *en el* ciberespacio sobre un tema controvertido como la pedofilia, porque es el lugar donde está la gente que buscamos, los “habitantes” de un entorno virtual, la mayoría desconfiados, son muy diferentes a los que encontraríamos en un trabajo de campo presencial. Nadie ha visto al etnógrafo, no saben qué quiere, ni tampoco les interesa mucho y, sobre todo, no se fían de lo que un internauta les diga acerca de su persona a través de la pantalla. Al mismo tiempo, el ciberetnógrafo está constantemente tentado a ser menos respetuoso: uno se atrevería a mentir sobre las propias intenciones para conseguir el propósito deseado, o en el mejor de los casos, no fingir pero tampoco decirlo todo. Al fin y al cabo, el territorio virtual no conlleva desplazamientos del propio cuerpo, y uno puede ir y venir del mismo sin levantarse de la silla, y sin exponer la integridad física.

CONCLUSIONES

Es evidente que el ciberespacio, en términos de la etnografía clásica, está desterritorializado, es un lugar sin base física en el mundo de los objetos y de los espacios cotidianos. Pero es posible, y quizás necesario, volver a territorializarlo, aunque sea a efectos metodológicos.

El ciberespacio, por tanto, es un territorio; y si la principal herramienta de adaptación social de los seres humanos constituye su capacidad simbólica, es innegable que el ciberespacio es un territorio semantizable, un espacio donde procesos metafóricos y metonímicos

lo convierten en un lugar repleto de rincones prohibidos, personajes míticos y rituales de exorcismo.

Pero no todo el mundo tiene acceso a la red: la mayoría de la población permanece ajena al ciberespacio, preocupada por la supervivencia diaria. No obstante, eso no significa que sus vidas no se vean afectadas por los cambios radicales que la cibercultura trae a las sociedades del siglo XXI. Se trata de algo semejante a lo que ocurrió con la Revolución Industrial en sus inicios: apenas afectaba a unos pocos millones de europeos en el siglo XVIII, pero más de doscientos años después ¿quién osaría afirmar que el industrialismo no ha conformado el mundo global en que vivimos? De la misma forma que somos herederos de la revolución industrial, con el capital transnacional y las redes globales actuales, las generaciones futuras serán herederas de la cibercultura, y los movimientos que condicionaran sus vidas se llevarán a cabo en el ciberespacio.

Así, aunque las comunidades presenciales siguen siendo predominantes en el mundo, y con las que se identifica la mayoría de las poblaciones, las comunidades virtuales, así como el espacio de los flujos en el que se instauran y del que provienen, expresan la lógica social dominante en la sociedad de la información. No cabe duda, el ciberespacio fue creado por las élites y para las élites, pero el acceso masivo a Internet hace que la digitalización de la comunicación salga de las vanguardias y se convierta poco a poco en aquello que debe ser “normalizado” y adoptado para “pertenecer” a este mundo.

Por otro lado, el ciberespacio, con su capacidad de movilización social y su eficiencia comunicativa, puede ser usado por las resistencias culturales que se niegan a integrarse al orden hegemónico mundial. El nuevo territorio virtual puede ser una puerta a la inestabilidad ideológica y social, a través de la crítica y la discrepancia desautorizada.

Ante todo esto, ¿qué cabe esperar de la antropología social y de la etnografía, su principal herramienta metodológica? Sencillamente que estén ahí donde se mueve el mundo, en los nuevos ciberterritorios, plenamente semantizados y politizados, donde ya es necesario un especialista en la interpretación de las culturas.

BIBLIOGRAFÍA

ESCOBAR, Arturo (1994) "Welcome to Cyberia: Notes on the Anthropology of Cyberculture", *Current Anthropology*, vol. 35, núm. 3, pp. 211-231.

GARCÍA, José Luis (1976) *Antropología del territorio*, Madrid, Taller de Ediciones JB.

GEERTZ, Clifford (1990) *La interpretación de las culturas*, Barcelona, Gedisa.

HAMMAN, Robin B. (1997) "The Application of Ethnographic Methodology in the Study of Cybersex", *Cybersociology, Issue 1: Cybersex and Cyber-Romance*.

HAMMERSLEY, Martyn y Paul ATKINSON (1994) *Etnografía: Métodos de investigación*, Barcelona, Paidós.

HINE, Christine (2004) *Etnografía virtual*, Barcelona, Editorial UOC.

JENKINS, Philip (2001) *Beyond Tolerance: Child Pornography on the Internet*, New York, New York University Press.

LÉVY, Pierre (1998) *Becoming Virtual: Reality in the Digital Age*, New York, Plenum Trade.

MAHONEY, D. y N. FAULKNER (1997) *Brief Overview of Pedophiles on the Web*, www.prevent-abuse-now.com/pedoweb.htm

MASON, Bruce y Bella DICKS (1999) "The Digital Ethnographer", *Cybersociology, Issue 6: Research Methodology Online*.

NIRRE, Robert (2001) "Spatial Discursions: Flames of the Digital and Ashes of the Real", *Ctheory*, article 92, 2/13/2001, www.ctheory.net/text_file.asp?pick=134

O'BRIEN, Jodi (2003) "La escritura en el cuerpo: la (re)producción del género en la interacción *on-line*", en Marc A. Smith y Peter Kollock (eds.) *Comunidades en el ciberespacio*, Barcelona, Editorial UOC.

O'CONNELL, R. (2001) "Paedophiles Networking on the Internet", en Carlos A. ARNALDO (ed.) *Child Abuse on the Internet: Ending the Silence*, UNESCO Publishing-Berghahn Books.

REID, Elizabeth (2003) “Jerarquía y poder: el control social en el ciberespacio”, en Marc A. Smith y Peter Kollock (eds.) *Comunidades en el ciberespacio*, Barcelona, Editorial UOC.

RHEINGOLD, Howard (2000) *Virtual Community*, MIT Press.

RUIZ TORRES, Miquel Àngel (2003) “La explotación sexual comercial de niños en dos ciudades turísticas de México: Cancún y Acapulco”, en Elena AZAOLA y Richard J. ESTES (coords.) *La infancia como mercancía sexual*, México, Siglo XXI-CIESAS.

RUIZ TORRES, Miquel Àngel (2004) “La (des)territorialización del ciberespacio: la vigencia de la metodología etnográfica en el entorno virtual”, *Actas Electrónicas del 2º Congreso Online del Observatorio para la Cibersociedad: ¿Hacia qué sociedad del conocimiento?*

SILVERMAN, Jon y David WILSON (2002) *Innocence Betrayed: Paedophilia, the Media and Society*, Cambridge, Polity Press.

ETNOGRAFÍA Y NUEVAS TECNOLOGÍAS: REFLEXIONES DESDE EL TERRENO

JOSÉ IGNACIO PICHARDO GALÁN
Universidad Autónoma de Madrid

Más de un siglo después del trabajo de Malinowski y los primeros etnógrafos, no sólo han cambiado las teorías y la forma de acercarnos a la realidad social desde las ciencias sociales, sino que existen ahora nuevas posibilidades tecnológicas que además de intervenir en el devenir diario de los individuos también presentan posibilidades y retos a la antropología a la hora de estudiar su realidad.

Durante la realización de la investigación para mi tesis doctoral titulada “Opciones sexuales y nuevos modelos familiares”, me encontré con la necesidad de reflexionar sobre el modo en que las nuevas tecnologías afectan al trabajo etnográfico. En primer lugar porque las nuevas posibilidades que ofrece el desarrollo tecnológico tienen un impacto trascendental en la vida de nuestros informantes que no se pueden obviar, especialmente si se hace trabajo de campo en un contexto occidental.

Mi investigación estuvo orientada a estudiar cómo las personas que mantienen relaciones sexuales con otras personas de su mismo sexo o se sitúan en alguna de las variadas identidades homosexuales y bisexuales están afectando a las concepciones de familia en la sociedad occidental. Para llevar a cabo este estudio no sólo tuve en cuenta el modo en que las nuevas tecnologías influyen en la cotidianidad de los individuos con los que estaba trabajando, sino que también me serví de ellas durante el desarrollo del trabajo de campo.

El texto que se presenta a continuación está estructurado en tres partes. En la primera presento las técnicas de investigación que utilicé y el modo en el que se producen cambios respecto a los usos más tradicionales de las mismas. En la segunda parte analizo el modo en que las nuevas posibilidades tecnológicas están presentes en la vida de los actores sociales. Terminó describiendo la utilización que realicé de estas tecnologías durante mi trabajo de campo etnográfico.

1. TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

Las entrevistas en profundidad constituyeron el principal instrumento de obtención de datos para mi tesis, pero no el único, ya que también recurrí a la consulta de fuentes secundarias, a la observación participante y la posterior recogida de datos en el diario de campo.

Ya que el matrimonio, la familia y el parentesco reciben del estado los medios para ser, existir y subsistir (Fassin, 2000: 204), Internet me permitió acceder fácilmente a todos los documentos políticos y legales que yo consideré interesante analizar como, por ejemplo, leyes, debates parlamentarios o programas electorales de distintos partidos políticos. Así mismo, gracias a la red tuve acceso al material que diversas asociaciones del movimiento de lesbianas, gays, bisexuales y transexuales (LGBT) estaban produciendo.

En lo que respecta al acceso a la bibliografía, el desarrollo de las bases de datos, las revistas electrónicas o la publicación de libros electrónicos hacen que cualquier investigador se enfrente hoy no ya al reto de encontrar determinados textos sobre su objeto de estudio, sino por el contrario, se haya ante el desafío de seleccionar entre la vastísima información que tiene ante sí para no naufragar en el océano infinito de documentos y publicaciones disponibles.

Internet constituyó un utensilio muy válido y eficiente a la hora de conseguir información, seguir los medios de comunicación y consultar sus hemerotecas, conocer y examinar la literatura y bibliografía no sólo respecto al tema de las relaciones homosexuales, sino también para trabajar cuestiones metodológicas, acceder a revistas y bases de datos académicas, mantener la relación con mi directora de tesis, tener acceso a datos estadísticos o mantenerme puntualmente actualizado sobre las diversas leyes que se fueron aprobando durante el desarrollo de mi investigación.

Los medios de comunicación de masas no quedaron fuera de mi observación, centrándome en la televisión, prensa escrita e Internet. Los llamados medios de comunicación LGBT participan activamente en la difusión de estilos de vida e ideologías propias entre los y las homosexuales. Entre ellos encontramos principalmente revistas (*Zero*,

Shangay, Odisea, Nois...) y páginas web de información específica de este colectivo como www.dosmanzanas.com.

Mi observación de la televisión fue esporádica, centrándome en series, algún programa de telerrealidad e informativos, sin hacer un seguimiento exhaustivo sino anotando simplemente impresiones en mi diario. Pienso que en el trabajo de campo en la cultura-mundo occidental, de la que la sociedad española forma parte, no debe desdeñarse la posibilidad de hacer etnografía de los medios de comunicación ya que a través de ellos se producen y reproducen cosmovisiones, discursos y formas de pensamiento. En su estudio sobre orientación e identidad sexual, Tamsin Wilton (2005: 23) nos recuerda que los “otros significativos” que nos permiten dar coherencia y sentido a nuestra identidad sexual no sólo están entre nuestros parientes y en el grupo de iguales sino que también pueden ser artistas, personalidades de la televisión, históricas e incluso de ficción, aunque el sujeto no los haya conocido personalmente. Miriam, una de las mujeres a las que entrevisté recuerda: “un día en la televisión vi la típica película de lesbianas con un final trágico. Allí vi la primera escena de dos mujeres haciendo el amor y fue como un shock”.

En cuestión de relaciones sexuales y de pareja, ofrecían un interés especial las páginas de perfiles, a las que acuden lesbianas y gays no sólo para obtener información, sino también para establecer parejas y contactos sexuales. Participé como usuario de algunas de ellas como www.bakala.org, www.gaydar.es, www.chueca.com, www.gay.com y realicé visitas puntuales a otras como www.zenkiu.org, www.kamasutralesbico.net, www.gayromeo.com o www.bearwww.com. La ciberetnografía fue esencial en mi investigación ya que los chats, conversaciones y perfiles constituyen una fuente inestimable de información respecto a las concepciones de la sexualidad y las relaciones afectivas en este colectivo.

En lo que se refiere a las entrevistas, la mayor parte de ellas fueron presenciales y grabadas en audio, excepto aquellas que se realizaron por mensajería instantánea y de las que hablaré más adelante. Algunas personas se negaron a participar en una entrevista si iba a ser grabada, porque decían que “les imponía” o porque no querían que sus

comentarios quedasen registrados. Otras, al ser entrevistadas, pidieron explícitamente que detuviese la grabación porque había cuestiones sensibles que no querían que se grabasen.

En el contexto de la sociedad española actual, en el que las relaciones interpersonales no se limitan a las relaciones cara a cara entre el investigador y sus posibles informantes, el establecimiento de contactos y el papel y número de porteros es bastante diferente a lo que se pueda dar en otras culturas o en otros momentos de la historia de la antropología social. Gracias a Internet, los porteros se multiplican y ya no hace falta siquiera conocerlos ni que te conozcan. En el caso concreto de mi investigación, por ejemplo, un chico de Aragón recibió un correo electrónico de una lista de distribución de gays y lesbianas. Como el estudio le pareció interesante, se dedicó a difundirlo entre sus redes y a poner entradas sobre mi investigación en distintos canales de chat. A pesar de no haberle conocido, fue un portero relevante durante mi trabajo de campo, ya que varias personas entraron en contacto conmigo a través de él.

Para contactar con informantes, realicé una presentación del estudio que explicaba sucintamente el contenido y objetivos de la investigación así como el tipo de personas que podía formar parte de la muestra y una exposición del proceso para participar. Esta presentación iba acompañada por un breve cuestionario en el que se hacían una serie de preguntas a las personas interesadas en participar para tener acceso a sus datos personales: edad, género, residencia, identidad sexual, situación socioeconómica y sexoafectiva así como sobre su paternidad o maternidad y vinculación con el activismo LGBT. Todas las personas que participaron en el estudio habían leído la presentación y rellenado el cuestionario, que se mostró como una herramienta muy útil para seleccionar una muestra lo más variada posible. Al mismo tiempo, y este fue un resultado no previsto cuando se planteó, constituyó una fuente de información cuantitativa y de datos significativos sobre la realidad LGBT.

Esta presentación/cuestionario se distribuyó en dos formatos: papel y digital. El primero consistía en dos folios impresos por las dos caras que debían ser devueltos cumplimentados por las personas interesadas en participar en el estudio en persona, enviar por correo postal o

rellenarse posteriormente en formato digital, ya que se ofrecía también a esta posibilidad incluyendo una dirección web.

Para la difusión de la investigación por la red se creó una página web (www.plazamayor.net/estudio) que incluía tanto la presentación del estudio como el cuestionario. Utilizar la página web constituyó uno de los elementos básicos en el éxito que tuvo la convocatoria para obtener informantes. La difusión de la dirección web se realizó por los siguientes cauces:

- Entre mis círculos de compañeros, familiares, amistades y conocidos, a los que se envió un correo electrónico explicando el estudio y solicitando la difusión de la dirección web entre las personas que ellos y ellas pensasen que podían estar interesadas.
- A las personas que me comentaban que tenían amigos o conocidos que quizás quisieran participar en el estudio les pedí que les remitieran a la web.
- Carteles tamaño folio con pequeñas pestañas con el nombre del estudio y la página web que podían ser arrancadas fueron colocados en distintos colectivos, lugares de encuentro, librerías, bares y restaurantes de las llamadas “zonas de ambiente” homosexual de Madrid y Barcelona.
- A través de uno de estos carteles, un miembro de la Coordinadora Gai-Lesbiana de Catalunya lo reenvió a toda la lista de distribución de correo electrónico de la organización. La Federación Estatal de Lesbianas, Gays, Transexuales y Bisexuales (FELGTB) lo envió a su lista de distribución de correo electrónico y recibí la respuesta en forma de formulario por parte de numerosas personas interesadas en participar que provenían de toda la geografía española.
- A quienes mostraban interés en formar parte de la investigación mandándome el cuestionario, les respondía con un correo personal y les pedía que difundieran el estudio entre sus redes y conocidos.
- Desde dos medios de comunicación se me ofreció la posibilidad de dar a conocer el estudio: la revista *Zero* publicó un perfil de una página sobre la investigación que estaba llevando a cabo, y el programa de televisión “Uno Más” de La Otra Telemadrid, que se

difundía por plataformas digitales de toda España, emitió un reportaje de 4 minutos.

El hecho de tener una página web facilitó enormemente diversos aspectos del contacto con posibles informantes:

- Que quién hubiera recibido el cuestionario en formato papel pudiera rellenarlo posteriormente –después de haberlo leído y pensado tranquilamente– sin tener necesidad de devolver el papel entregado enviándolo por correo.
- Poder entregar en un papel la dirección de la página web a cualquier persona que iba encontrando durante el trabajo de campo y que se mostraba interesada en el estudio.
- Poder multiplicar el efecto de la “bola de nieve” a través de correos electrónicos, *chats*, apariciones en medios de comunicación LGBT: cualquiera podía ofrecer a otra persona la posibilidad de participar en el estudio simplemente pasándole la dirección de la web.
- Cualquier individuo de cualquier ciudad, pueblo o caserío con conexión a Internet tenía acceso al estudio, lo que contribuyó de forma significativa a aumentar la amplitud geográfica de la investigación y la diversidad de las personas que pudieron participar en la misma.

De la presentación del estudio/cuestionario en formato papel se entregaron 150 copias y se recibieron 29 cuestionarios válidos, todos entregados en mano. La página web fue visitada por más de 2000 personas hasta la fecha en que se cerró el estudio (agosto 2005). Teniendo en cuenta que un 20% de las visitas se realizaron desde fuera de España y que muchas de las visitas fueron realizadas por el propio investigador o por personas sin posibilidad de participar, la cifra de retorno es alta: se recibieron 279 cuestionarios por Internet, siendo válidos 235 ya que 19 de ellos aparecían sin contacto y 25 eran de personas que residían fuera de España o tenían exclusivamente prácticas heterosexuales. A estos hay que unir los 29 recibidos en papel, lo que da un cómputo de 264 cuestionarios válidos.

Como en el cuestionario pregunté el modo en que se habían enterado de la existencia de este estudio, pude detectar a posteriori cuáles habían sido las vías más efectivas de contacto. En el tabla 1 y el

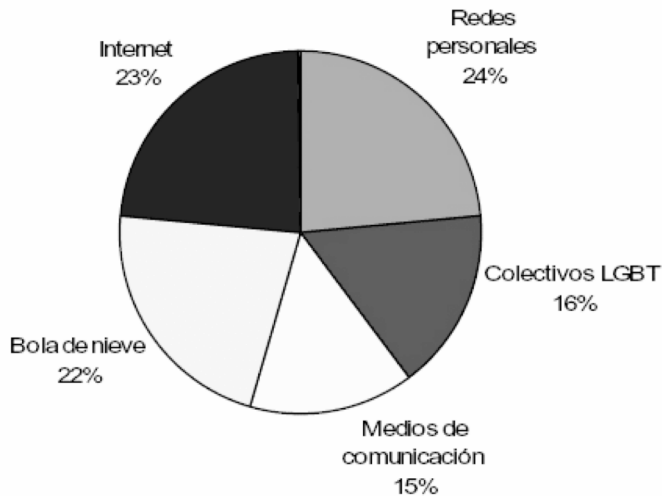
gráfico 1 se pueden ver las principales vías por las que se difundió la investigación:

Tabla 1: Vías de contacto

Redes personales: conocidos personales (26), contactos en conferencias y congresos (7) y amigos de amigos y familiares (29)	62
Colectivos LGBT	43
Medios de comunicación: carteles (4), revista Zero (29), programa Telemadrid (6)	39
Bola de nieve: pareja (18) o amigo/a (40) de una persona que rellenó el cuestionario	58
Internet: listas de distribución FELGT y CGL (20), foros y chats (32)	61
No contesta	1
Total	264

Fuente: elaboración propia

Gráfico 1: Vías de contacto



Fuente: elaboración propia

Con los datos de todas las personas que rellenaron el cuestionario creé una base de datos en el programa Access que me permitió manejar la

información de forma más eficiente y seleccionar a aquellos informantes que podrían resultar más interesantes de cara a mis objetivos de investigación. Por cuestiones de seguridad informática y de protección legal de bases de datos, ya que en este caso contenía información sometida a la máxima protección legislativa, tuve que asesorarme para proteger los datos a través de contraseñas y la destrucción de todos los documentos impresos que podrían poner en peligro el derecho a la intimidad de las personas que participaron en el estudio. Este mismo programa y el programa Excel fueron usados para llevar a cabo la explotación de los datos cuantitativos extraídos del cuestionario.

El uso de Internet y la promesa de confidencialidad fueron elementos claves para poder establecer contacto y, posteriormente, realizar la entrevista con personas que de otro modo hubiera sido casi imposible contactar: personas que mantienen relaciones y prácticas sexuales de tipo BDSM (bondage, dominación, sumisión y sadomasoquismo); personas en matrimonios heterosexuales que mantienen relaciones homosexuales; personas homosexuales pertenecientes al clero o personas en una relación sexo-afectiva estable formada por más de dos individuos (tríos o parejas de tres).

A lo largo del trabajo de campo, uno de los colectivos más difíciles de contactar fue precisamente el formado por aquellas personas que se encuentran en una relación sexoafectiva estable con más de una persona. Cuando conocía alguna persona en trío a través de redes personales (amigos de amigos), ésta no quería entrar en contacto conmigo y además se enfadaba con el amigo común por haberme hablado de su relación a tres. Al mismo tiempo, una chica que formaba parte de una “pareja de tres” indagó a través de Internet para conocer más sobre familias como la suya. Cuando introducía la palabra “trío” en los buscadores, sólo le dirigían a páginas de intercambio de parejas y de carácter meramente sexual. Cuando introdujo las palabras “trío” + “familia” le apareció, entre un mar de enlaces a los discos de “los tres tenores”, la página web de presentación de mi estudio. En ese momento ella sintió gran curiosidad por un estudio que consideraba la posibilidad de que existiesen familias formadas por más de dos personas que se quieren y mantienen relaciones sexuales y se puso en contacto conmigo. Es

decir, si no hubiera sido por Internet, jamás habría podido contactar con ella. Situaciones similares me ocurrieron con personas casadas en una relación heterosexual o miembros del clero.

Paso en el siguiente epígrafe a hacer una reflexión sobre la incidencia que las nuevas tecnologías tienen en la vida de los actores sociales con los que trabajé.

2. ACTORES SOCIALES Y NUEVAS TECNOLOGÍAS

Si las nuevas tecnologías están en la vida de los individuos, existe la necesidad de estar conectado con los medios de comunicación de masas para hacer etnografía en el mundo occidental, ya que estos proveen modelos culturales de representación. Pero no termina ahí la pertinencia de tener en cuenta las nuevas tecnologías: estamos trabajando en un mundo que se encuentra en un proceso de globalización que hace que existan cada vez mayores posibilidades de interconexión entre los actores sociales, lo que ha alterado las costumbres comunicativas, lúdicas, económicas, políticas y culturales de un gran segmento de la sociedad, al menos en los países occidentales (Castells, 1997; Maquieira, 2006).

La globalización ha permitido crear comunidades deslocalizadas que no comparten necesariamente un espacio físico o un territorio común gracias a la rapidez, generalización y abaratamiento de los medios de transporte; a las posibilidades de los métodos de comunicación interpersonales como el teléfono y, sobre todo, a la emergencia de Internet como instrumento de establecimiento y mantenimiento de relaciones interpersonales. Si las nuevas tecnologías posibilitan la creación de estas comunidades deslocalizadas, el etnógrafo también puede hacer uso de esas mismas tecnologías para trabajar con ellas.

La cuasi-universalización del acceso a los medios de transporte como coches, buses, trenes y, en menor medida, aviones, ha facilitado las posibilidades del viaje en el establecimiento y mantenimiento de relaciones sexoafectivas a distancia. Muchas de las parejas entrevistadas se conocieron residiendo en localidades distintas y terminaron residiendo en la misma ciudad o mantienen relaciones geográficamente distantes que, según señalan, se han mantenido

gracias al abaratamiento del teléfono y de las comunicaciones. Aunque este tipo de relaciones y romances a distancia no es nuevo – desde hace siglos existen los matrimonios por poderes– sí lo es su significado y, sobre todo, la inmediatez y frecuencia del contacto que se establece.

El teléfono, especialmente el teléfono móvil, aparece también como un nuevo elemento en las relaciones de pareja, no sólo por las posibilidades de mantener conversaciones con una cierta asiduidad y en cualquier momento, sino también por la recuperación de un cierto romanticismo a través de los mensajes de textos y la extensión del sexo a través del teléfono: una práctica sexual en la que intervienen las voces y la imaginación de los actores sociales y no sus cuerpos. Internet también ofrece la posibilidad de mantener cibersexo y “se erige como un espacio donde se pone en juego lo sexual, donde se retan los sentidos, las formas, el lenguaje, pero también donde se recrea lo social. Aunque se basa en las relaciones sexuales, en la masturbación personal y en la imaginación sexual, el cibersexo las sobrepasa como prácticas sexuales y exige su reconocimiento como una forma nueva: integradora algunas veces, multiplicadora en otras, limitada en muchas, pero con su propia estructura, forma y desarrollo” (Gómez, 2004: 26).

Teléfono e Internet no estaban previstos como ítems de mi guión, pero surgían espontáneamente en casi todas mis entrevistas. El teléfono no sólo se emplea en las relaciones de pareja, sino que juega un papel fundamental para el mantenimiento de las relaciones con la familia de origen y también con las redes de amistad, que ahora ya ni siquiera tienen que residir en la misma ciudad. Óscar, por ejemplo, conoció a su novio argentino en Madrid, visita a su familia en Argentina, vive con él en Barcelona y mantiene unas relaciones fluidas con su familia de origen y amistades, que viven en ciudades como Madrid, París o Palma, a través del teléfono, de Internet y de visitas constantes entre ellos.

Internet ha pasado a constituirse como uno de los principales medios para establecer relaciones sexoafectivas en la vida de las personas homosexuales y está muy presente en este colectivo. La página web española dedicada a encuentros homosexuales entre varones

www.bakala.org tiene casi 120.000 perfiles de personas que utilizan sus servicios. Otro sitio español dirigido a mujeres lesbianas, www.kamasutralesbico.net, recibió más 100.000 visitas entre marzo y septiembre de 2006 con casi 1000 visitas al día. Fernando Villaamil (2004: 100) también habla de estas comunidades *gays* virtuales y la redacción de la revista para *gays Zero* en su edición de julio de 2006 se expresaba en los siguientes términos: “a nivel práctico, ¿puede existir alguna otra cosa que haya marcado un antes y un después en el desarrollo de todos los homosexuales de este país y del mundo? Pues sí. Internet. [...] Gracias a la red, las nuevas generaciones de *gays* van a ahorrarse uno de los pasos más difíciles a los que todo homosexual se enfrenta a lo largo de su vida: contactar con otros *gays*. [...] Ahora, si tienes doce años, te sabes gay y eres un poco despierto (y dispones de la vital conexión ADSL, qué grandes siglas) tienes a un clic de distancia el ansiado mundo de libertad que antes tanto costaba alcanzar”.

Las páginas de perfiles, los *chats*, el correo electrónico, los grupos, las páginas web específicas, las listas de distribución y los foros de discusión son espacios accesibles a cualquiera y permiten participar anónimamente o con las marcas identitarias que el/la internauta quiera desvelar. Cuando existen identidades y prácticas estigmatizadas, esto puede constituirse en un elemento liberador: “Es notorio el número de lesbianas y homosexuales que están conectados en red (y a la red), no sólo para intercambiar contenidos sexuales, planear encuentros y tener cibersexo, sino como un ejercicio liberador y auto-afirmativo, [...] ante la posibilidad de enfrentar el rechazo o la marginación, la red se establece como un espacio liberador, como centro de experimentación o como un medio de autoafirmación y combate” (Gómez, 2004: 26).

Se crean así ciberterritorios virtuales en los que los grupos de *gays* y lesbianas dejan de ser una minoría y pueden interactuar entre ellos como una mayoría “local” (Stychin, 2000: 605). A través de estos contactos se van creando redes de relaciones más o menos estables, que pueden limitarse a los mundos virtuales o tener su correlato en el mundo real, y surgen cibercomunidades formadas por quienes comparten identidades y/o intereses. Si antes de la aparición de estos medios las relaciones se limitaban a las personas con las que se podía interactuar físicamente, hoy pueden ser desterritorializadas.

Una muestra clara de que estas redes no se tienen por qué quedar necesariamente limitadas al mundo virtual lo tenemos en el importante papel que ha jugado Internet para la creación y el desarrollo de un movimiento social de liberación homosexual. Este ha sido uno de los elementos claves para que este movimiento haya logrado establecerse de modo global articulado en torno a las identidades LGBT y al lenguaje común de los derechos humanos (José Ignacio Pichardo, 2006). Muchas de las personas entrevistadas para mi tesis mantienen un contacto con el movimiento LGBT español básicamente a través de las listas de distribución de las diversas redes estatales, el correo electrónico o los sitios web de los colectivos.

3. NUEVAS TECNOLOGÍAS PARA EL TRABAJO DE CAMPO ETNOGRÁFICO

Si la etnografía virtual, tal y como la definen Elisenda Ardèvol et al. (2003: 2), consiste en un estudio de las relaciones en línea que da cuenta del papel que juega Internet en la vida de las personas y en la formación de comunidades, no definiría entonces como tal mi trabajo de campo ya que, aunque utilicé Internet y otras herramientas que podríamos denominar “nuevas tecnologías”, mi investigación va más allá. Internet no sólo ha supuesto cambios en las relaciones y la vida de los actores sociales, y estos cambios no sólo constituyen un objeto de estudio, sino que utilicé Internet como instrumento de investigación en formas diversas: para acceder a un más variado y mayor número de informantes; para interactuar con ellos y, en algún caso, entrevistarlos a través de la mensajería instantánea; y, por último, para hacer un seguimiento de nuestra relación y del desarrollo de sus vidas a través del correo electrónico.

El trabajo de campo que se sirve de Internet como instrumento de investigación, rompe con la idea romántica del etnógrafo que se desplaza a otras culturas para trabajar en espacios concretos y delimitados, conviviendo con un grupo social. Ahora existen realidades y plazas virtuales que no formaban parte de los espacios tradicionales de la antropología y en los que la mediación entre el etnógrafo y la realidad se hace más evidente.

Aunque en un principio pensé que el uso de Internet podría quizás limitar el tipo de personas que participasen en la investigación a ciertas características personales y socioeconómicas, con el desarrollo de la investigación me di cuenta de que no era así. Si en algún momento temí que, por ejemplo, la edad pudiera ser una barrera para que las personas de generaciones más maduras no participaran a través de Internet, la realidad no fue así, ya que utilicé también otras técnicas de contacto y, al final, hubo varias personas mayores de 50 años que no sólo contactaron conmigo a través de Internet sino que en la entrevista en profundidad comentaron que lo utilizan como forma de conocer a otras personas con las que quizás mantener relaciones sexoafectivas.

Internet no va en detrimento de la utilización de otras posibilidades más tradicionales del trabajo etnográfico, es decir, no dejé de utilizar las redes interpersonales, los encuentros cara a cara, las charlas o la participación en espacios donde podía encontrar a personas que pudieran ser objeto de estudio de mi investigación.

Con dos de las personas que participaron en la investigación realicé la entrevista a través de mensajería instantánea (Messenger). El motivo principal fue la imposibilidad de trasladarme a su lugar de residencia para realizar la entrevista en persona. Existía además un interés personal por ensayar este tipo de técnicas y experimentar su posible utilidad para realizar otras entrevistas a través de este sistema y superar así las dificultades prácticas que suponía el hecho de tener una comunidad de informantes diseminada a lo largo de todo el estado. Lo más positivo sin duda era la posibilidad de realizar entrevistas que de otra forma no sería posible llevar a cabo. Otra ventaja de este medio es el hecho de que, una vez concluida la entrevista, obtener un registro escrito de la misma es tan sencillo como grabar su contenido, pues no hay que transcribirla.

Sin embargo, no me pareció un sistema adecuado porque, dependiendo del número de pulsaciones de la otra persona, la entrevista podía alargarse en el tiempo sin aportar demasiada información y, además, las respuestas eran mucho más cortas que en el resto de entrevistas realizadas cara a cara, por lo que no existía un mismo grado de elaboración del discurso como si la persona

simplemente tiene que ir dejando fluir sus pensamientos a través de la oralidad. Otras dificultades, como la falta de lectura del lenguaje corporal, se sustituían con las posibilidades que ofrecen los sistemas de mensajería instantánea como los emoticones, colores y, sobre todo, la posibilidad de utilizar fotografías y cámara web.

Utilizar estos artilugios tecnológicos para la interacción con los informantes puede ser criticado por quienes defienden métodos más tradicionales de la antropología entendida como contacto interpersonal en vivo, ya que pueden distorsionar la conversación y la propia situación de entrevista. Cualquier entrevista está situada y siempre tenemos que estar alerta al tipo de mediación y la influencia que pueda tener en la relación. Elementos tecnológicos generalmente aceptados en el trabajo de campo antropológico, como la grabadora de voz o las de vídeo, también median de forma importante las interacciones entre antropólogo/a e informantes: distorsionan las respuestas, provocan el rechazo de algunos informantes a ser entrevistados/as, permiten la conservación del discurso y “facilitan” la transcripción del mismo, pero al mismo tiempo suponen una importante inversión de tiempo.

Partiendo de la idea de que una tesis doctoral es una oportunidad para aprender, aproveché tanto para ponerme en contacto con las nuevas tecnologías aplicables al análisis cualitativo en antropología como para la utilización paralela de los medios tradicionales de nuestra disciplina y el caso del diario de campo es un buen ejemplo de ello. Comencé la escritura de mi diario a mano en un cuaderno de papel y cuando ya había rellenado dos cuadernos, decidí continuar escribiéndolo en el ordenador a través del procesador de textos de Microsoft Word.

Otros soportes tecnológicos que utilicé para mi estudio fueron el programa Atlas.ti para el análisis de discurso a través de la segmentación, codificación, almacenamiento y recuperación de textos, y el programa ViaVoice que facilitó la transcripción de entrevistas para su posterior lectura. En ningún caso, la utilización de estas técnicas puede sustituir el papel del investigador en el análisis de los datos. Aunque su misión sea facilitar este análisis, el uso de estas herramientas también afectan al proceso y los resultados de la investigación (Coffey, Holbrook y Atkinson, 1996; Bourdon, 2002)

Mientras muchos y muchas profesionales que trabajan en la llamada “ciencia dura” o en ciencias naturales no tienen ningún tipo de prejuicio al hacer uso de los progresos tecnológicos para hacer avanzar su propio trabajo, quienes nos dedicamos a las ciencias sociales tenemos que vencer ciertas reservas personales y externas para utilizar las posibilidades que este tipo de herramientas nos pueden ofrecer. El hecho de que muchas de estas técnicas, como el software que permite el análisis asistido por ordenador de los datos cualitativos, no hayan aparecido hasta finales del s. XX puede ser un motivo que explique el limitado desarrollo en su utilización (Muñoz, 2003: 1).

Paul Wouters y Anne Beaulieu (2007) hacen referencia al ambiente *low tech* que reina en las investigaciones de tipo social señalando que este se agrava a menudo por la falta de recursos económicos para la investigación en humanidades y ciencias sociales. De este modo, mientras cualquier universidad española no duda en proveer de microscopios o de instrumentos infinitamente más caros a un microbiólogo o a un físico, un antropólogo social normalmente tendrá que comprarse él mismo una grabadora digital o un programa de software de reconocimiento de voz si quiere utilizar estos medios.

Sin embargo, estos mismos autores van a advertir de la necesidad no sólo de estimular el desarrollo de la llamada *e-sciencie* en las ciencias sociales sino que pretenden analizar las transformaciones que se producen en ellas con la incorporación de las nuevas tecnologías. De este modo, proponen un nombre alternativo a la misma (*e-research*), ya que concluyen que la investigación asistida por las nuevas tecnologías no tiene por qué ajustarse a las expectativas de la aplicación de estas tecnologías a la llamada ciencia dura.

REFLEXIONES FINALES

Si las nuevas tecnologías modifican la realidad que estudia la antropología social, las antropólogas y antropólogos no podemos obviar estos cambios y nos encontramos ante el desafío de incorporar nuevas formas de acercamiento y observación de esa realidad social.

Estos cambios tecnológicos no constituyen sólo un reto para nuestro trabajo investigador, sino que abren nuevas posibilidades y, en muchos casos, simplifican y facilitan diversos estadios del trabajo de campo etnográfico. Sin duda influyen en el modo en que aprehendemos la realidad social de una forma distinta a la que estábamos acostumbrados, pero ello no impide que se puedan explorar y reconocer sus múltiples posibilidades. El papel y el lápiz también constituyen avances tecnológicos y sin ellos muy probablemente la antropología social no existiría.

En el caso concreto de mi investigación he podido comprobar como las nuevas tecnologías y, muy especialmente Internet, han supuesto una nueva revolución sexual para las personas homosexuales. No sólo porque permiten en establecimiento y mantenimiento de relaciones en la distancia, sino porque a través de Internet se ha posibilitado la creación de comunidades que van más allá de la virtualidad y que llegan a articularse en torno a identidades y movimientos sociales concretos.

En lo que respecta al trabajo de campo, Internet se presenta como un instrumento valioso para acceder a determinados colectivos y amplía de forma significativa las posibilidades de contacto con los miembros del grupo social que se está estudiando. La aplicación de instrumentos informáticos al análisis de la información facilita algunas de las tareas del trabajo de investigación en antropología social, pero afecta también al modo en que se estudian y presentan los datos y resultados. En cualquier caso, y como siempre ocurre con la investigación antropológica, es esencial hacer consciente el modo en que no sólo la posición hermenéutica del investigador, sino también las herramientas y técnicas que utiliza, van a mediar los resultados de su trabajo.

BIBLIOGRAFÍA

ARDÈVOL, Elisenda; BERTRÁN, Marta; CALLÉN, Blanca y PÉREZ, Carmen (2003) “Etnografía virtualizada: la observación participante y la entrevista semiestructurada en línea”, *Athenea Digital*, 3, pp. 72-92.

BOURDON, Sylvain (2002) “The Integration of Qualitative Data Analysis Software in Research Strategies: Resistances and Possibilities”, *Forum Qualitative Social Research*, 3(2).

CASTELLS, Manuel (1997) *La era de la información: Economía, sociedad y cultura*, vol. 2, Madrid, Alianza Editorial.

COFFEY, Amanda; HOLBROOK, Beverley y ATKINSON Paul (1996). “Qualitative Data Analysis: Technologies and Representations”, *Sociological Research Online*, 1(1).

FASSIN, Eric (2000) “Usages de la science et science des usages. À propos des familles homoparentales”, *L’Homme* 154-155, pp. 391-408

GÓMEZ, Edgar (2004) *Cibersexo: ¿la última frontera del Eros?*, México, Universidad de Colima.

MAQUIEIRA, Virginia (2006) (ed.) *Mujeres, globalización y derechos humanos*, Madrid, Cátedra.

MUÑOZ JUSTICIA, Juan (2003) *Análisis cualitativo de datos textuales con ATLAS/ti. Versión 2.4*, Barcelona, Universitat Autònoma de Barcelona.

PICHARDO, José Ignacio (2006) “Mujeres lesbianas y derechos humanos” en MAQUIEIRA, Virginia (ed.) *Mujeres, globalización y derechos humanos*, Madrid, Cátedra.

STYCHIN, Carl (2000) “‘A stranger to its Laws’: Sovereign Bodies, Global Sexualities, and Transnational Citizens”, *Journal of Law and Society*, Vol 27. N. 4, Dic 2000, pp. 601-625.

VILLAAMIL, Fernando (2004) *La transformación de la identidad gay en España*, Madrid, Catarata.

WILTON, Tamsin (2005) *[Des]orientación sexual. Género, sexo, deseo y automodelación*, Barcelona, Bellaterra.

WOUTERS, Paul y BEAULIEU, Anne (2007) Critical accountability: Dilemmas for interventionist studies of e-science, *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12(2), article 12.

IDENTIDAD Y VIDEOJUEGO: APLICACIÓN DE LA “GRID GROUP CULTURAL THEORY” A LA ETNOGRAFÍA VIRTUAL

LLUÍS ANYÓ
Universitat Ramon Llull

INTRODUCCIÓN

Se presentan en este texto las decisiones de tipo metodológico que el investigador ha tomado para el desarrollo de un trabajo de campo sobre una comunidad de videojugadores. Se trata de una etnografía virtual elaborada con diversas técnicas cualitativas (observación participante, entrevistas). En este artículo presentamos la entrevista semiestructurada y la encuesta que se llevó a cabo en el inicio de la investigación.

La perspectiva teórica en que se basa el trabajo es principalmente el *Grid-group analysis* de Mary Douglas y la *Grid-group Cultural Theory*, desarrollada por ella misma y otros investigadores a partir de la anterior. La identidad ha surgido, durante las entrevistas y a lo largo del análisis de los datos, como una categoría interpretativa fundamental.

El objeto de estudio es una comunidad de jugadores de un MMORPJ, un juego de rol multijugador masivo en línea, donde el autor de esta comunicación ha participado como actor y como investigador.

1. DEL GRID-GROUP ANALYSIS A LA CULTURAL THEORY

1.1. La propuesta original de Mary Douglas

Mary Douglas (1988: 78) parte de Basil Bernstein para establecer su tipología cultural. A principios de los años 70 postula dos dimensiones de la vida social, la expresión social del sistema de clasificaciones, que llama dimensión de la cuadrícula (*grid*), por un lado, y el tipo de presión que ejercen las personas en el curso de la vida grupal, y que llama dimensión del grupo (*group*) (Douglas, 1988: 79), por otro lado.

De esta tipología resulta el *Grid-group analysis*. Con este diagrama de dos ejes Douglas obtiene un mapa que le permite situar, de forma relacionada y siguiendo los mismos criterios básicos, las organizaciones sociales y las cosmovisiones que está interesada en comparar. Esta primera versión del mapa cultural de cuadrícula y grupo no es definitiva y, en textos posteriores, por parte de la misma autora u otros, se irá modificando.

1.2. La Teoría Cultural

En los años 90 tiene lugar el paso del método de comparación y clasificación de tipos culturales propuesto por Douglas a la Teoría Cultural, como se denomina entonces al *Grid-group analysis*, es decir, no sólo un conjunto de tipologías, sino también la formulación de reglas generales respecto de sus características y relaciones. El texto principal, y fundacional, es *Cultural Theory*, de Michael Thompson, Richard Ellis y Aaron Wildavsky (1990: 2). En las dos versiones, método y teoría, la propuesta es la misma: la sociabilidad puede identificarse en dos dimensiones básicas que, combinadas, agotan todas las formas socioculturales. En este sentido, una cosmología concreta corresponderá a una determinada configuración social y por tanto a un determinado tipo cultural. Esta propuesta se mantiene desde *Natural Symbols*.

Podemos describir la Teoría, en general, a partir de las siguientes tres declaraciones (Mamadouh, 1999: 396):

- 1.- La Teoría Cultural describe preferencias culturales personales, que se configuran a partir de relaciones sociales determinadas y expresan todo lo humano.
- 2.- Podemos distinguir un número limitado de tipos culturales, que se obtienen de combinar pautas de relaciones sociales con pautas de preferencias culturales o cosmologías. La tipología que se obtiene recibe el nombre, en la Teoría, de culturas, estilos de vida o racionalidades. En este sentido, se considera viable una combinación cuando la preferencia cultural justifica las relaciones sociales.
- 3.- La tipología de combinaciones viables es universal. Las dos dimensiones de la sociabilidad son el fundamento de todo sistema

social y las personas hacen derivar sus preferencias, percepciones, opiniones, valores y normas de su adhesión a un cierto estilo de organización de las relaciones sociales.

Douglas (2005) reconoce la importancia de estas aportaciones en un texto de recapitulación escrito recientemente.

1.3. Aplicación metodológica de la “Grid-group Cultural Theory”

La *Grid-group Cultural Theory* es un modelo de análisis de las preferencias culturales de los individuos y del contexto social en que éstos están inmersos. De acuerdo con las aportaciones anteriores y otras variaciones alrededor de la Teoría¹, podemos formular la siguiente propuesta sobre las dos dimensiones sociales:

1.- Estructura (*grid*): indica la amplitud y coherencia de la estructura de normas y valores, es decir, el sistema de clasificaciones en su dimensión social, que se manifiesta sobretodo en roles sociales. Puede describirse como una escala que va de público a privado, pasando por cero, que es la ausencia de estructura. Un sistema público de clasificaciones quiere decir que viene dado a los actores sociales, un sistema privado podrá ser elaborado por éstos, a partir de diferentes fragmentos, dando como resultado sistemas poco coherentes y que pueden no ser de aceptación general.

2.- Incorporación (*group*): grado de relación entre el grupo y el individuo, en su dimensión social, es decir, incorporación al grupo. Puede definirse como una escala que va de fuerte a débil. La incorporación hace referencia a la integración del individuo en el grupo. Ésta puede ser fuerte, donde el grupo presiona según el tipo y la cantidad de las interacciones, o débil, donde el individuo está liberado, o abandonado, de las presiones del grupo. En el cero no hay grupo, el individuo es autónomo.

De estas dos dimensiones resulta un mapa cultural del que se derivan cuatro cuadrantes que definen cuatro tifus culturales:

¹ Principalmente puede consultarse el resumen de los desarrollos de la *Grid-group Cultural Theory* en Mamadouh (1999: 396) y por supuesto en Douglas (1998: 94), más recientemente.

A.- Individualismo: el sistema de clasificación viene definido principalmente por el individuo, y, además, el grupo es débil, el individuo puede ejercer un fuerte dominio y presión para su propia conveniencia.

B.- Aislamiento: el sistema de clasificación es fijo y vivido como dogmático y opresivo. El individuo se siente abandonado y oprimido por la estructura de normas, pero sin el soporte del grupo, que es débil. No solitario sino aislado.

C.- Posicional: un sistema de clasificaciones fijo, claro y general, también es opresivo y poco o nada contestado. El individuo se siente inevitablemente controlado por una estructura que todo lo determina y un grupo cohesionado que la hace cumplir. Ahora bien, las prioridades vitales están claramente definidas.

D.- Enclave: el sistema de clasificaciones es de corto alcance, interno del grupo pequeño, pero acordado por sus miembros. El grupo es fuerte, de manera que las normas son, cada vez, aceptadas y de obligado cumplimiento. El compromiso del individuo con el grupo, quizá voluntario, es fuerte.

E.- Autonomía: A los anteriores tipos se añade un quinto, que se sitúan en el cero social, donde no hay estructura y la autonomía del individuo es total, sin incorporación al grupo, ni para controlarlo ni para comprometerse.

Imagen, Imagen, Image, Imagen, Imagen, Imagen, Imagen, Imagen, Imagen, Imagen, Image, Imagen, Imagen, Imagen, Imagen, Imagen, Imagen, Imagen, Image, Imagen, Imagen, Imagen, Imagen, Imagen, Imagen, Image, Imagen, Imagen, Imagen, Imagen, Imagen, Imagen, Imagen, Imagen, Imagen, Imagen, Imagen,

[Imagen 1. El mapa cultural de estructura e incorporación, con los cinco tipos culturales]

Aunque en la Teoría Cultural es muy importante el estudio de la viabilidad de la preferencia cultural en el contexto de una determinada estructura social, y nosotros lo hemos tenido en cuenta en el diseño de la investigación, no presentaremos aportaciones aquí por limitación de espacio.

1.4. Codificación de la “Cultural Theory”

Una vez definido el marco teórico y metodológico, la siguiente preocupación es establecer una guía que permita tanto la recogida de datos como su posterior análisis y comparación. Esta guía, que tomó la forma de cuestionario, no agota si no que sirve de marco al desarrollo de la etnografía. Es decir, partiendo de un cuestionario, se llevan a cabo entrevistas en profundidad que deben constituir el grueso de los datos etnográficos (junto a la observación participante, que aquí no tratamos).

Son Jonathan L. Gross y Steve Rayner (1985: 117 y ss.), a partir de diversas aportaciones (Douglas, 1978: 16; Mars, 1982: 24-28), quienes sistematizan la medición de las dimensiones culturales. Proponen una guía para la etnografía a partir del *Grid-group analysis* en un conjunto de diferentes mediciones para cada una de las dimensiones. Los indicadores que utilizan son, para la dimensión del grupo, *proximity* (proximidad), *transitivity* (transitoriedad), *frequency* (frecuencia), *scope* (ámbito) y *impermeability* (impermeabilidad); y para la dimensión de cuadrícula, *specialization* (especialización), *asymetry* (asimetría), *entitlement* (derecho) y *accountability* (responsabilidad).

A partir de las anteriores aportaciones, Bas Denters y Peter Geurts van a elaborar el método más completo de medición de las preferencias culturales. Entre otras propuestas, para medir la estructura social expresada en términos de cuadrícula y grupo, los autores optan por preguntar sobre la relevancia o interés que para el encuestado tienen determinados grupos sociales (1999: 9).

Como hemos dicho, debe tenerse en cuenta, antes de seguir, que aunque a efectos de comparación y validación vamos a utilizar una encuesta codificada, ésta se enmarca en un trabajo de campo más

amplio que se plantea en todo momento con metodologías cualitativas, es decir, una etnografía virtual que se lleva a cabo con las técnicas de observación participante, entrevistas a informantes en línea y fuera de línea y diarios encargados a los actores sociales.

2. ETNOGRAFÍA VIRTUAL Y COMUNIDAD EN RED

2.1. Identidad y cibernsiedad

La antropología en el ciberespacio se ha constituido en poco tiempo en una rama de la antropología social. Desde su inicio, el interés de los antropólogos se ha centrado en la investigación etnográfica. Por ejemplo, Elizabeth Reid (1996), en una etnografía pionera, del año 1991, propone el estudio de comunicaciones mediadas por ordenador en los *Intenet Relay Chat* (IRC)². En tanto que nuevo entorno de comunicación, los usuarios se ven obligados a reconstruir las herramientas comunicativas con que cuentan para entornos más tradicionales, reconstrucción que afecta también a los métodos que las ciencias sociales utilizan para estudiarlos.

Reid hace observación participante en el IRC y establece las características que después serán consideradas propias de toda comunicación en chat (anonimato, relajación del comportamiento normativo) en una deconstrucción de los límites sociales y una construcción de comunidad (una cultura propia en forma de conocimientos y normas compartidas, por ejemplo el uso de emoticones, en la existencia de sanciones sociales de autoregulación, etc.).

La reflexión sobre la identidad es una constante desde los primeros estudios en el ciberespacio hasta la actualidad, ya que la red facilita cierto tipo de relaciones sociales que parecen favorecer el juego de identidades. Tampoco nuestro análisis escapará a esta reflexión, como veremos.

² IRC: canales de conversación escrita que diversos usuarios llevan a término de forma simultánea por Internet.

Diversos estudios sobre construcción de la identidad en el ciberespacio³, ya sea en MUD, IRC o entornos similares, apuntan a que los jugadores pueden crear identidades diferentes de la suya. Como dice Sherry Turkle, “considero que los MUD y otras experiencias en Internet representan un contexto para construcciones y reconstrucciones de la identidad y un contexto para deconstruir el significado de la identidad entendida como una” (1997: 51).

Las relaciones sociales en Internet no son exactamente anónimas, sino más bien ficciones o construcciones a partir de la experiencia personal, una forma de describirse de nuevo. Más que anónimas son relaciones que podemos denominar ficticias, es decir, como dice Joan Mayans, las relaciones en la red no son ni sinceras ni falsas, “estos personajes [de un chat] son a la vez auténticos y simulados; son ficticios, artificiales, elaborados, complejos” (2002). Personajes heterogéneos.

2.2. La relación entre los ámbitos en línea y fuera de línea

Más conflictiva es la relación en línea con fuera de línea, sin duda compleja y por lo tanto la etnografía virtual deberá ser igualmente compleja y atender a relaciones múltiples. Como dice Christine Hine, “sabemos muy poco sobre los modos en que estos dos contextos se conectan entre sí, lo cual hasta cierto punto es un problema práctico: los contextos en que observemos Internet como cultura serán distintos de aquellos en los que la estudiemos según su uso. El primero será un entorno virtual y el segundo, físico. El diseño de un estudio que abarque ambos no es tarea fácil” (2004: 54).

Siguiendo a Daniel Miller y Don Slater, no puede experimentarse el ciberespacio como *disembeddedness* (desencajado) de la realidad social. Las categorías en línea y fuera de línea, real y virtual, no dejan de ser divisiones útiles para el usuario, pero que el investigador debe usar con prudencia. Los autores proponen una etnografía del ciberespacio que tenga en cuenta en todo momento lo local, es decir,

³ Se puede consultar Elizabeth Reid (1996), Amy Bruckman (1993), Nancy K. Baym (1995), Joan Mayans (2002), y Sherry Turkle (1997).

un lugar específico, con fronteras definidas donde Internet se considera *emdedded* (encajado) (Miller; Slater, 2000).

Proponemos, por tanto, a partir de la *Grid-group Cultural Theory*, una herramienta metodológica que nos permita superar estas dificultades para relacionar en línea con fuera de línea, o dicho de otro modo, para entender el desarrollo de la acción social en el videojuego como encajado en otra acción social fuera del videojuego, lo virtual en lo físico.

3. ETNOGRAFÍA

3.1. El objeto de estudio: la comunidad de jugadores de “Espai 8”

Espai 8 es un juego de rol multijugador masivo en red (MMORPG, *Massively Multiplayer Online Role-Playing Game*). Puede encontrarse en el sitio web del canal 3xl.cat⁴ de la Corporació Catalana de Radio i Televisió. Se trata de un juego gratuito, desarrollado con tecnología Flash, que se juega en dos ámbitos básicos: el de la acción propiamente dicha, en cada planeta del sistema *Nèmant*, y el de la narración o explicación de la misma, en los *chats*, la mensajería instantánea y los foros de discusión, de los que hay uno general, más otros, uno por cada planeta.

En definitiva, lo relevante es que a partir de la elección de personajes por parte de los jugadores, es decir, a partir de la creación del habitante, sean éstos quienes, siguiendo más o menos las reglas y normas del universo *Nèmant*, determinan lo que en narrativa se llama universo diegético (Aumont; Bergala [et al.], 1996), y construyan la historia narrada sobre la marcha y de forma colectiva, en su interacción social en línea. En definitiva, como dice Fernando de Felipe (2000: 505), una “experiencia cinematográfica interactiva”.

3.2. Análisis preliminar según indicadores de estructura e incorporación

⁴ <http://www.3xl.cat/>

Aplicaremos la *Grid-group Cultural Theory* a nuestro objeto de estudio concreto tanto en la recogida de datos como en su posterior análisis. El objetivo no es situar un punto en el mapa cultural, sino contar con un modelo explicativo, una guía para el análisis que permita codificar los datos de campo sin renunciar a su riqueza cualitativa. Por tanto se combina la entrevista semiestructurada con el cuestionario, de modo que podemos obtener datos directamente relacionados con el interés del investigador pero expuestos en toda su amplitud por el entrevistado.

Se llevaron a cabo entrevistas en profundidad, presenciales, con el cuestionario como guión en un encuentro planteado como un diálogo donde el entrevistado podía salir del guión para comentar, corregir o explicar tantas cosas y durante tanto tiempo como quisiera. La duración de cada entrevista estuvo entre las dos y tres horas y fueron grabadas. La decisión de hacer entrevistas presenciales y no virtuales provenía del conocimiento de las dificultades que otros estudios se han encontrado al respecto y de la voluntad de hacer entrevistas semiestructuradas que fueran contestadas ampliamente por el informante, de modo que la encuesta actuara al mismo tiempo como guión de la entrevista y como estándar de datos para la comparación.

En este sentido, "Como hemos visto, mensajes cortos y respuestas "rápidas" es precisamente una característica del chat que se traslada al momento de las entrevistas. (...) Además, en la mayor parte de los casos, las respuestas se ajustaban estrictamente a la pregunta y pocas veces se incluía información adicional, de modo que el guión de la entrevista, que en un principio se había pensado con unas pocas "preguntas-anzuelo" para introducir un tema y dejar que la entrevistada hablase, se convirtió en toda una batería de preguntas muy concretas, casi a modo de cuestionario, con el fin de poder extraer la información que necesitábamos" (Ardèvol; Beltrán et al., 2003: 84).

A efectos de este texto, se comparan cuatro de las entrevistas realizadas.

3.3. El cuestionario

Para describir la sociedad según el entrevistado de acuerdo a las dimensiones de incorporación y estructura, se proponen indicadores concretos, medibles en escalas que van del +2 al -2, y que sumados, darán una medida de cada una de las dimensiones. Son estos:

Para la incorporación:

- 1.- Proximidad: las relaciones son íntimas, intensas y de gran profundidad psicológica, con riqueza de contenidos. Puede medirse en una escala que va del conocimiento al anonimato.
- 2.- Frecuencia: es habitual dedicar tiempo en común, a diario o varias veces por semana, con todo el grupo. La escala va de habitual a ocasional.
- 3.- Impermeabilidad: los límites del grupo son claros y es difícil hacerse miembro. La escala va de grupo cerrado a grupo difuso.
- 4.- Dependencia: hay una buena confianza mutua en el grupo. La escala va de dependencia a atomización.

Para la estructura:

- 1.- Ámbito: Los roles son claros y distintos. De públicos a privados
- 2.- Compartimentación. Los roles están muy especializados y por tanto es difícil cambiar de rol. De rígido a flexible.
- 3.- Responsabilidad. Los roles son desiguales y por tanto el éxito o fracaso del grupo dependen de algunos de sus miembros. De subordinación a oportunidad.
- 4.- Derecho. Los roles son sobretodo adscritos y no tanto adquiridos. De determinación a iniciativa.

Los indicadores se aplican a los grupos siguientes: para fuera de línea, la familia, los amigos, los compañeros de estudios; para en línea, los habitantes de *Nèmant*, el grupo de interlocutores de las CMO en foros y *chats*, y el grupo de interlocutores de las CMO en el *messenger*. Finalmente se añade otro grupo, el de amigos y compañeros presenciales formado a partir del juego.

3.4. Un fragmento de entrevista

Vamos a transcribir en primer lugar un fragmento de entrevista que corresponde al momento en que se habla del grupo de amigos surgidos del juego. Nos centramos directamente en este punto por cuestiones de espacio. Este tema es particularmente interesante para la investigación, en tanto que supone el encajado de lo virtual en lo físico, es decir, la superación de la frontera entre en línea y fuera de línea, y en el que el entrevistado está contestando sobre las propiedades de este grupo. Enseguida surge la cuestión de comparar entre amigos del juego y amigos no relacionados con el juego:

Una vez son amigos ya no lo tienes en cuenta, las respuestas serían las mismas que con los amigos, aunque sean de *Espai 8*, bueno, lo hacemos, lo hago sin mirar, a ver... [A pesar de esta afirmación, luego vemos que las respuestas varían]. Frecuencia, 0. Impermeabilidad... quizá sí que dentro del grupo de amigos de *Espai 8*, ya, es que para llegar tienes que haber pasado por todo este proceso, entonces la criba es muy fuerte y entrar dentro del grupo es más complicado, o sea, un +1,5, porque es mucho más difícil entrar en el grupo que del de los amigos normales de fuera de *Espai 8*. +2 de confianza. Estatus definido, 0, una vez estás en el personaje y eres tu, el estatus de dentro del juego desaparece, no hay unos roles predefinidos, los roles de dentro del juego desaparecen bastante, alguna cosa queda, por eso no digo -2, digo 0.

(...)

Te ha costado la ostia llegar aquí, de toda la gente que ha pasado, este grupo de 7, 8, 10 personas ha pasado muchos filtros, hemos pasado muchos filtros para llegar allí.

[El investigador compara las respuestas entre el grupo de amigos fuera del juego y el grupo originado en el juego. Observa que el ámbito está mejor definido entre los primeros (+1) que entre los segundos (0)]

Tener este doble papel del rol (aquí rol se refiere al personaje en el juego de rol, no al rol social en la vida cotidiana) y el que eres tu como persona al disolverse todo, quedan los papeles menos definidos, quizá. Esto como con

el grupo de amigos eres tu y tu personalidad ya te da un rol determinado o un estatus, aquí tu puedes ser de una manera pero tu personaje también, aunque no te comportes como tu personaje, tiene una cierta influencia en lo que tu haces y esto hace que sea más difícil dar un estatus o un rol determinados.

(...)

Es menos quizá por contraposición, el rol suele ser como una imagen en el espejo, el contrario un poco, tu en tu rol puedes construir todo lo que no eres o todo lo que querías ser, tienes la oportunidad de ser diferente, de no ser la persona que conoce todo el mundo, sino como querías ser o realmente probar a ser el contrario de lo que eres, porque por ejemplo en mi caso, hay gente que no, el *Bartisari* [*nick* en el *en línea*] es como mi alter ego, y es completamente diferente a mi (...) excepto en algún momento, yo soy bastante pacífico, de arreglar las cosas hablando, y *Bartisari* en cambio es de saltar enseguida y ir picándose a la yugular, es frío, cruel, despiadado, calculador, no tiene compasión de nadie, es un depredador, el *Bartisari* es un depredador, hay gente que es más así y gente que no, que su rol de parece más a como es fuera.

(...)

Qué pasaría si yo fuera así, si en lugar de ser como soy, fuera la persona más malparida del mundo y fuera enseguida, si me comportara por aquí como el *Bartisari*? Me metería en muchos *merders*, yo diría que soy un poco bipolar por culpa de Espai 8, tengo momentos en que no soy yo, o sea, que hago alguna cosa que no es propia de mi, en algún momento que me enfado, y que dices, “ostia, ¿he dicho esto?” Entonces digo “no he sido yo, ha sido el *Bartisari*.”

Entras en el grupo de amigos con un rol determinado, el rol se crea con los amigos y de alguna manera te sitúas de acuerdo con aquel rol en el caso de los amigos de *Espai 8*,

no hay rol porque ha habido otro y es como estar descolocado, eres más libre.

El entrevistado hace referencia a la dificultad para acceder al grupo de amigos de *Espai 8*, describe los distintos grupos como círculos concéntricos, el más externo de los cuales es el juego en sí, los jugadores como habitantes, dentro de éste se encuentran los foros y el chat (es decir la mensajería pública), después el *messenger* (es decir, la mensajería privada) y finalmente, sólo en el caso de haber pasado por los tres anteriores grupos, el grupo de amigos presenciales de *Espai 8*, un lugar muy reducido al que se llega sólo después de haber pasado por los otros grupos. Como dice el entrevistado, “de menos personal a más personal, el juego es muy impersonal, pero claro hay un cambio que es que a partir de aquí (*messenger*) la proporción persona-personaje se va invirtiendo”.

Otro entrevistado coincide al considerar estos grupos en relación a personajes del juego, de modo que los habitantes son la plebe, el grupo de foro y chat son los comerciantes y los militares, el grupo del *messenger*, los mandatarios y finalmente el grupo de amigos surgido de *Espai 8* corresponde al nivel más reducido. Esta idea sobre círculos concéntricos es compartida por el resto de entrevistados.

4. ANÁLISIS

4.1. Identidad múltiple y extendida fuera de línea

En las cuatro entrevistas que comparamos encontramos al grupo de amigos de *Espai 8* puntuado en la encuesta en términos semejantes, es decir fuerte incorporación y estructura privada, con valores que, por supuesto pueden variar de un caso a otro. Podemos también observar en los cuatro casos que la posición relativa en el mapa del grupo de amigos anterior a *Espai 8* se encuentra siempre en los dos cuadrantes a la derecha, que corresponden a incorporación fuerte, y en relación al grupo de *Espai 8*, en una posición relativamente de estructura más pública. Este dato parece reforzar la hipótesis según la cual un grupo con origen en el juego de rol facilita precisamente el juego con los roles, si se nos permite expresarlo así.

4.2. El grupo en línea encajado, un grupo de enclave

A este mismo tipo de sociedad igualitaria se refiere Manuel Delgado sobre los chats: “Terrenos en que se produce una formalidad compartida y consensuada que afirma no tener en cuenta ningún otro dato que no sea el que los copresentes expliciten, y en que se soslaya cuál es el lugar que cada cual ocupa realmente en una estructura social por lo demás asimétrica e inigualitaria. Se produce en estos contextos el sueño ideal de la clase media, que es el de un ámbito de relación en que las diferencias sociales han sido abolidas y se produce la epifanía de una sociedad momentáneamente igualitaria y equitativa” (Delgado, 2004).

Nos encontramos lejos del tópico que compara identidades dentro y fuera de la red como de mundos irreconciliables donde las interacciones cara a cara se presentan como positivas y se oponen a las relaciones mediadas por tecnología, que se presentan entonces como negativas, en lugar de considerarse un elemento básico de la construcción de la sociabilidad virtual, y se consideran un impedimento para una interacción natural y no manipulada o mediada. Se habla de éstas últimas como más efímeras, menos duraderas y con vínculos sociales y sentimientos menos fuertes y menos sinceros. Como dicen Agnès Vayreda, Francesc Nuñez y Laia Miralles (2002) estas afirmaciones tienen una visión idealizada de lo que ocurre en la vida fuera de línea.

Consideramos en cambio que la mediación tecnológica promueve relaciones en principio de débil incorporación pero que progresivamente y de acuerdo con el uso concreto del dispositivo tecnológico, son cada vez de incorporación más fuerte, la que sustenta el grupo en ausencia de un sistema público de clasificaciones y que por tanto facilita el juego de identidades más allá de la red, en los encuentros cara a cara. Este grupo, que ha tenido su origen en las CMO, es decir el grupo formado en línea y encajado en el fuera de línea, se encuentra liberado de la mediación y dado en un entorno físico donde no hace sino continuar lo iniciado en línea, con encuentros de estructura privada, identidad construida y múltiple y cohesión del grupo basada en las interacciones mismas, en definitiva el tipo cultural que corresponde al enclave, con un fuerte sentimiento

de grupo muy vinculado por lo visto a la construcción de identidades ficticias y una estructura de normas privada, donde sus miembros se sienten libres para reinventarse, una vez descubierta la posibilidad de hacerlo en el juego. Las identidades múltiples refuerzan el sentimiento de pertenencia al grupo así como de libertad en el desarrollo de los roles.

BIBLIOGRAFÍA

“GENDERED SITES”: GÉNEROS EN INTERNET

BEGONYA ENGUIX GRAU
Universitat Oberta de Catalunya

En esta comunicación pretendemos acercarnos a los problemas metodológicos a los que nos enfrentamos al abordar la investigación de las identidades de género en Internet. Para ello, en primer lugar nos aproximaremos al modo cómo hasta el momento han sido conceptualizadas las relaciones entre géneros e Internet. Posteriormente, nos centraremos en la problemática planteada por la delimitación del campo, dada la diversidad de *sites* disponibles y prestaremos atención a las diferentes decisiones metodológicas que se deben tomar para acotar un campo que sea significativo para el abordaje de la construcción de identidades en Internet entendidas como prácticas sociales. Aunque el género no es ni mucho menos el único eje de la jerarquía y de las identidades sociales, es un eje estructurante fundamental de los procesos identitarios, y, como Wajcman (2006), aquí entendemos que género y tecnología son mutuamente constitutivos. En nuestro caso particular, se trata de una casi primera incursión en el tema puesto que nuestros trabajos anteriores se han centrado fundamentalmente en las conceptualizaciones *offline*.

1. INTERNET Y GÉNERO

La relación y mutua constitución a través de la práctica de los géneros e Internet se ha abordado al menos desde tres perspectivas. La primera se basa en analizar Internet como masculino o femenino. Una segunda aproximación se basa en analizar la existencia de plataformas marcadas por los géneros y las interacciones que en ellas se dan desde un punto de vista comunicativo. Estas dos aproximaciones se basan en paradigmas esencialistas y estereotipados de las identidades de género. Una tercera aproximación se orienta hacia el análisis de cómo se producen, expresan y re-presentan los géneros en Internet desde una perspectiva performativa.

1.1. “The Gender Divide”¹

Esta perspectiva está en línea con textos como *The Great Divide* (1991), que muestran cómo hombres y mujeres son esencialmente distintos, o con lo que se ha dado en llamar “digital divide” y se ha relacionado con la constitución de comunidades (Burnett and Marshall en Herrmann, 2007). Dentro de esta aproximación, existen dos posibles perspectivas que parten de la comprensión cultural de lo tecnológico como perteneciente al campo de lo masculino. La primera perspectiva es una perspectiva que se ha dado en llamar distópica: desde este punto de vista, se considera que Internet no ofrece posibilidades de agencia para las mujeres más allá de las que ya tenían antes de su llegada, y que las tecnologías, las CMO y los estudios relacionados con ellas seguirán siendo básicamente masculinos. De hecho, Internet surge en los años 60 como fruto de la colaboración entre el Pentágono y las universidades americanas, por tanto su origen está enraizado en lo militar y es típicamente masculino.

La visión utópica feminista impulsada básicamente desde el ciberfeminismo, ve precisamente en Internet una posibilidad de subvertir este orden de cosas porque Internet es fluido, flexible, voluble, como las mujeres (Plant) y, en este sentido, es una tecnología que podríamos llamar “femenina” y porque Internet, por su separación de las constricciones del “mundo real” ofrece posibilidades de actuación, *agency*, a colectivos que no disponen de ellas en otros contextos, como por ejemplo, las mujeres. Internet conecta con cualidades nucleares de la femineidad. Sherry Turkle (1997) presenta los MUD como un espacio postmoderno utópico sin dicotomías ni fronteras sociales y cree que la ética de comunidad, consenso y comunicación que Internet requiere son características femeninas. Sadie Plant considera que la femineidad es fundamental para la tecnología de redes y que la experiencia y la inmersión en Internet es comparable a la del feto en la matriz (en van Zoonen, 2002). Las

¹ Como guía de las atribuciones culturales de los géneros vamos a tomar a Mumby (en Herrmann, 2007: 10): “los constructos normativos del género consideran valores femeninos los asociados con la aceptación, la comunidad, la contextualización, cooperación, emotividad, expresividad, intuición y subjetividad. Los atributos masculinos incluyen la acción, claridad, competitividad, control, independencia, individualismo, objetividad, racionalidad, razonamiento, y autoafirmación”.

innovaciones tecnológicas empoderan a las mujeres, según Plant, porque la automatización reduce la importancia de la fuerza física y de las energías hormonales y las sustituye por requisitos de velocidad, inteligencia y habilidades de versatilidad, relaciones interpersonales y comunicación. Según Plant (en Wajcman, 2006: 103):

“la fluidez de la identidad de las mujeres, antes considerada como reflejo de una carencia, se convierte en una ventaja positiva en un futuro feminizado. Se invierte la definición estereotipada de las mujeres que ofrece el patriarcado, al tiempo que se concede valor a la diferencia sexual de éstas”.

Estas visiones son esencialistas y homogeneizadoras, olvidando, entre otras cosas, que la categoría “mujer” está fracturada por otras categorías como clase, sexualidad, educación (vid. Skeggs, 1997), y consideran que los objetivos y los comportamientos femeninos *online* son distintivos²: las mujeres, por ejemplo, están, como género, más interesadas en las interacciones y el apoyo personales.

Pero lo cierto es que el desarrollo de la tecnología sigue siendo 100% masculina y que el número de mujeres que estudian ciencias y trabajan en el sector tecnológico en EEUU ha caído del 30% en 1989 al 15% en 1999 (en van Zoonen, 2002).

Van Zoonen (2002) es una de las voces críticas ante la consideración de que Internet es un entorno bien masculino o bien femenino, y de los presupuestos feministas que parten de la idea de que Internet permite nuevas identidades que no están limitadas por el género. En su opinión, el género e Internet son conceptos multidimensionales que se articulan de modos complejos y contradictorios: los significados de género de Internet surgen en el momento de su “domesticación”, entendiendo por ella su articulación con lo doméstico. Ella considera que, por su complejidad, Internet es a la vez masculino, femenino y feminista (2002: 14). La inmensa mayoría de actores en el diseño y producción de la tecnología y el hecho de que los textos, representaciones y prácticas comunicativas sean mayoritariamente

² Sus posiciones estarían cercanas al llamado feminismo de la diferencia surgido en los 70 y cuyas autoras más destacadas son Luce Irigaray, Helene Cixous y Julia Kristeva.

masculinas confirmarían que Internet es un entorno masculino. La feminidad se localizaría en lo identitario, lo comunicativo, lo consensual y los aspectos conducentes a la constitución de comunidades. El ciberfeminismo, al operar a nivel de las representaciones está más alejado de los actores sociales o las identidades individuales. También si adaptamos a Internet la perspectiva del circuito de la cultura (representación, identidad, producción, consumo y regulación) (Du Gay 1997), como sugiere van Zoonen (2002), las perspectivas masculina, femenina y *transgender* se situarían en distintas posiciones.

1.2 Usos y contenidos

Un segundo nivel de análisis se desarrolla en aquellos trabajos que estudian si en función del género pueden establecerse diferenciaciones significativas en la utilización de unas u otras plataformas.

El peso de los paradigmas esencialistas y de una visión estereotipada de los géneros es igualmente importante en esta segunda aproximación.

Como Royal (2007) afirma, aunque según datos de septiembre 2001 hay equidad en el porcentaje de hombres y mujeres estadounidenses con acceso a Internet (53%), aparecen otras diferencias como la frecuencia y calidad en el uso, los modos y objetivos concretos con que se emplea Internet, cómo se representa el uso femenino. Las mujeres lo utilizan sobre todo para buscar información sobre salud, temas religiosos y espirituales y para visitar *webs* de grupos de apoyo. En cambio, los hombres buscan noticias, compran viajes, ven resultados deportivos, buscan información financiera, participan en subastas y compran acciones.

Las ideas iniciales que veían Internet como más liberador y ecualizador de las diferencias que los *media* anteriores por su naturaleza descentralizada, sus reducidas barreras estructurales para acceder a él y su potencial para encajar una diversidad de voces eran

demasiado optimistas³. Chow-White (2006) (en Herrmann 2007) y Wajcman (2006) también destacan que se creyó que las desigualdades sociales desaparecerían en Internet porque la gente podría tener más control sobre sus identidades y liberarse de las diferencias sociales como la raza y el género.

Para ejemplificar estos tipos de análisis hemos escogido dos estudios recientes. Herrmann (2007) estudia las prácticas discursivas de una comunidad financiera *online*, the Berkshire Hathaway Board, considerando el concepto de comunidad como central. A partir de su análisis basado en lo textual, y teniendo en cuenta que todos los participantes son hombres, Herrmann identifica rasgos particulares de la comunicación masculina (está basada en la argumentación, el acoso, la dominación, el conflicto, el poder y el control) que la diferencian de la femenina (que, según van Zoonen (2002) sería apologética y consensual). Las diferencias de género en la comunicación han sido ampliamente estudiadas sobre todo por Herring (en Witmer et al. (1997) que apunta que los hombres mandan mensajes más largos y discuten temas puntuales mientras que las mujeres contribuyen a discusiones personales, afirman con claridad, retan. Los adjetivos y adverbios son femeninos y los verbos activos, masculinos.

La existencia de masculinidades hegemónicas y subordinadas conlleva que performarse como hombre en un ambiente masculino sea más difícil que en un ambiente mixto porque el nivel de exigencia es mayor y los temas tratados pueden no ser conocidos por el *performer*. Esto es así en este foro estudiado por Herrmann, que “expulsa” a quienes no tienen el suficiente dominio del tema⁴.

³ Wajcman (2006: 12) afirma que, en la actualidad, “los varones siguen dominando las instituciones presentes en la web y existen diferencias de género pronunciadísimas en el acceso a las redes electrónicas y en el control de las mismas”.

⁴ Erving Goffman (1963: 128): “en gran medida puede decirse que sólo existe un completo varón americano que jamás se avergüenza de sí mismo: es joven, casado, blanco, urbano, norteamericano, heterosexual, protestante, padre, con educación universitaria, trabajo, buena complexión, peso y altura y un reluciente record en deportes... Cualquiera varón que no se ajuste a cualquiera de estas categorías puede, siquiera ocasionalmente, llegar a considerarse indigno, incompleto e inferior”.

Royal (2007) estudia dos espacios fuertemente marcados por el género y por estilos de vida diferenciables: iVillage para las mujeres y AskMen.com. Basándose en una codificación temática señala que ambas *webs* tienen artículos sobre citas y relaciones personales, pero en Askmen no hay artículos sobre los niños, la familia o la utilidad educativa de Internet y en cambio son mayoría los artículos sobre negocios. Esto le hace afirmar que:

“para una tecnología que inicialmente fue loada por su potencial democratizador y equalizador, los contenidos de Internet continúan dividiendo a los usuarios en líneas marcadas por los géneros asignando a las mujeres roles tradicionales como el de consumidora, madre, esposa y objeto sexual” (Askem, 2007: 13)⁵

Es evidente que para cambiar este estado de cosas, las mujeres tienen que participar y ofrecer contenidos alternativos. Pero además del género, otros aspectos pueden alterar el uso de Internet: la raza, la clase, los ingresos, la sexualidad, la educación: “ya no hay una división entre “tienes” o “no tienes” tecnología sino múltiples divisiones que deben ser analizadas, comprendidas e interpeladas” (Royal, 2007: 15).

Wajcman (2006: 115) también se detiene a analizar los distintos usos y prácticas según géneros. Esta autora afirma que los sitios web que más visitan las mujeres son sitios relacionados con las compras y la salud, aunque resulta difícil generalizar: “es posible que las nuevas tecnologías estén “epistemológicamente abiertas” pero muchas de sus formas actuales son semejantes en sus relaciones materiales a las tecnologías que existían anteriormente” (Wajcman, 2006: 116).

1.3. Géneros y re-presentación

Una tercera aproximación se centra en cómo se constituyen, expresan y re-presentan los géneros en Internet, utilizando para ello básicamente el análisis de texto (*chats* y utilización de patrones discursivos y lingüísticos diferenciados según el género). Esta

⁵ Todas las traducciones son de la autora.

aproximación parte de paradigmas no esencialistas y permite el juego de identidades (Gómez et alt., 2007).

Si bien algunas concepciones del género giran en torno a la reificación de las dicotomías sexo-biológicas masculino-femenino, la influencia de Butler ha introducido paradigmas performativos: la performance del género incluye el vestido, los gestos, el movimiento, la interacción, la postura y otras actividades (Butler, 1990). Al no ver el género como una cualidad estable a priori sino como una complejidad que existe mientras se produce, uno puede representar los múltiples modos en que el género se practica y revela.

Aunque se ha estudiado más lo femenino que lo masculino, se empieza a considerar que "los hombres no están permanentemente ligados a un patrón particular de masculinidad" (Connell, 1995) sino que formulan elecciones discursivas particulares a partir de un inventario cultural de comportamientos masculinos (Herrmann, 2007). Las CMO posibilitan la construcción de identidad (Turkle, 1997) al separar el cuerpo del usuario como "contenedor" de la identidad de las prácticas comunicativas de la identidad como una representación, una performance simbólica *online*. Como la CMO es casi anónima, los individuos pueden crear nuevas o múltiples identidades, protegiéndose en seudónimos, y los avatares pueden experimentar con géneros distintos, razas y orientaciones sexuales (Turkle, 1997). Desde una perspectiva performativa podemos hablar de procesos de *maling* y de *fe-maling*, de cómo "hacerse hombre" por parafrasear a Gilmore (1994) y "hacerse mujer"⁶.

Son típicos los estudios sobre Gender switching o cambio de género: Lynne y Parks (2001: 275) afirman que Internet ofrece un control sin igual al individuo, una gran capacidad de agencia en la construcción y presentación de sus identidades. El cambio de género, presentarse con un género distinto del sexo biológico, es quizá el modo más radical de expresar esto (aunque el 60% de usuarios de MOOs no lo han hecho nunca). Curiosamente, cuando se hace, a pesar de la libertad para utilizar géneros indeterminados, se usan los tradicionales y no se rompe el binarismo (sólo un 6.4% se definieron como neutros y un

⁶ El término "fe-maling" fue acuñado por Ekins en *Male Femaling: A Grounded theory approach to cross-dressing and sex-changing* (1997) (en Nyboe, 2004).

4.3% como Spivak). No existen diferencias en estas prácticas en función de la edad, el sexo o el estado civil, aunque parece que los homosexuales y quienes han utilizado durante más tiempo MOOs⁷ lo practican más.

Hay dos casos paradigmáticos de cómo es posible el juego de identidades pero dentro de unos roles bien definidos. El primer ejemplo es el caso del psiquiatra travestido recogido por Stone y convertido casi en un cuento ciberfeminista apócrifo. Cuenta la historia de un psiquiatra llamado Lewin que se convierte en miembro activo de una línea de Chat de CompuServe. Se hace pasar por mujer y consigue una gran vida social:

“Aunque la manifestación electrónica de Julie a primera vista ha subvertido las diferencias de género, puede argumentarse con idéntico peso que, en último término, refuerza y reproduce dichas diferencias. Para las mujeres que pedían consejo a Julie, el género de ésta era fundamental. Querían saber que detrás del nombre había una mujer; eso era precisamente lo que permitía su intimidad” (Wajcman, 2006: 107).

El segundo ejemplo es el juego Turing (Nyboe, 2004), creado por el Georgia Institute of Technology y ahora clausurado. Este juego, lanzado en 1999, consiste en representar géneros que pueden concordar o no con el propio. Los participantes han de “desenmascarar” el “verdadero” género de los jugadores e identificar a los impostores a partir de preguntas y respuestas. Se trata de conectar los estereotipos culturales con la performance de identidades en Internet. Como los actores usan términos como “pretender”, “género particular”, “máscara”, dan a entender que más allá de la performance y de la máscara existe un género real y “verdadero” en el sentido foucaultiano. Por eso, tanto los hombres como las mujeres que se representan en su género se sienten ofendidos si se les cree impostores y, en cambio, se sienten aliviados si se les descubre performando.

⁷ Sobre este hecho los datos son dispares, puesto que puede ser que a mayor uso y práctica en Internet, menor sea la necesidad de enmascarar el yo: el juego de identidad puede dar paso a una identidad transparente.

Las relaciones entre sexo-género-sexualidad y deseo no pueden leerse independientemente y son inteligibles dentro de unos límites que hacen unas identidades sostenibles y otras no. Las relaciones en Internet no están tan libres de la corporeidad como sugieren Stone, Turkle y Plant. La importancia de lo textual no significa que convertirse en una persona distinta sólo requiera utilizar palabras distintas, ni que sea una cuestión sencilla:

“lo que prometía la ruptura final de los límites entre la alucinación y la realidad, lo orgánico y lo electrónico, resultó ser menos porque las representaciones textuales y visuales de los cuerpos genéricos y del deseo erótico resultaron ser menos imaginativas. Era una tecnología nueva con las mismas historias de siempre” (Nyboe, 2004: 110).

Un buen ejemplo de esto es Lara Croft: desde una lectura *queer* puede ser una heroína femenina, sexy aventurera; pero el juego ofrece un parche llamado Nude Raider que permite despojar a Lara de su ropa.

Esta tercera vía, más compleja, es la que puede ofrecernos más luz sobre cómo tecnologías y géneros se constituyen mutuamente en la CMO.

2. “GENDERED SITES”

Como hemos visto, hasta el momento, la relación entre género e Internet se ha estudiado siguiendo básicamente tres modelos⁸:

1. Un modelo esencialista que parte de una predefinición del género y de su consideración como variable independiente. La pregunta que se hace es si Internet es masculino (perspectiva distópica) o femenino (perspectiva utópica) y si Internet ha supuesto la subversión de los modelos tradicionales.
2. Un segundo modelo también esencialista pero más basado en el uso, desde el que se analiza la polarización de los usuarios en torno a

⁸ Evidentemente, estos modelos de análisis son construcciones lógicas que no existen aisladamente sino como perspectivas entrelazadas la mayoría de las veces.

webs marcadas por el género, tomando como referencia de esta identificación básicamente el contenido temático de esas webs. Se distinguen así contenidos masculinos y femeninos y modos masculinos y femeninos de comunicación.

3. Un modelo más performativo, basado en las posibilidades de manipulación que Internet ofrece y centrado sobre todo en analizar los juegos de identidad y cómo los géneros se expresan a través de discursos.

No obstante, muchos autores (Zafra, 2005; van Zoonen, 2002; Nyboe, 2004) están de acuerdo en señalar que las prácticas discursivas performativas están limitadas por un repertorio cultural que remite a los roles tradicionales. Los roles de género performados pueden o no corresponder al sexo del participante, pero en todo caso deben ser bien desempeñados: es la lección que extraemos del análisis del Turing Game, y de la historia de Julie/Lewin. Los significados de género parecen seguir anclados en lo tradicional y en una visión fuertemente estereotipada. Como Braidotti dice “hace falta algo más que una máquina para alterar verdaderamente los modelos de pensamiento y hábitos mentales” (en Zafra, 2005: 29). También Wajcman (2006: 114) afirma que “la celebración de los “nuevos medios” es paradójicamente la legitimación del orden social existente”. Incluso la posición de Plant es esencialista: “la creencia de que existe algún tipo de esencia de la condición de mujer como categoría ahistórica constituye el mismísimo meollo de las concepciones tradicionales y conservadoras de la condición femenina”.

2.1. Modelos performativos y propuestas de análisis

En Internet, la capacidad de agencia del individuo es casi total: decide si quiere participar o no, si performa y cómo performa, aunque algunos *sites* y funcionalidades (sitios institucionales, correo electrónico) restringen las posibilidades. Dentro de las constricciones en que vivimos (repertorios limitados, condicionantes sociales) en Internet tenemos la máxima capacidad de agencia. Por ello es tan importante analizar la construcción del género desde una perspectiva performativa que es la que nos ofrece una aproximación más compleja

y por este motivo los entornos *online* son fundamentales para analizar las performances del género a través de la comunicación y la representación.

La performatividad tiene que ver con el tipo de *site* y la flexibilidad que permita y con el tiempo que uno lleva *online*: con el tiempo se pierde el sentimiento de publicidad, vulnerabilidad y pudor y las identidades ficticias dejan paso a identidades transparentes. La dicotomía privado/público pierde relevancia como predictor de la representación. Precisamente lo que muchos informantes valoran es que Internet te permite quitarte la máscara, te da la libertad de ser quien eres.

Desde esta perspectiva, la domesticación deviene un concepto clave, pero no en el sentido de llevar Internet a lo doméstico (van Zoonen) sino en el sentido de apropiación y resignificación, agencia y subversión. También devienen centrales los conceptos de *fe-maling* y *maling*, entendiéndolos como procesos de construcción de los discursos sobre género y sexo que operan tanto a nivel de texto como de imagen, hasta ahora poco estudiada.

Pero difícilmente podemos analizar el género aisladamente sin tener en cuenta la sexualidad y el cuerpo, con los que está íntimamente relacionada su construcción y expresión. Debemos implementar los mecanismos teóricos y metodológicos que nos permitan superar lo que Butler (1990) llama la "matriz heterosexual". El objeto de estudio más que el género, debe ser los cuerpos, géneros y sexos.

Si desde las perspectivas estereotipadas *gendered sites* serían los *sites* fuertemente marcados por un género determinado en función de sus contenidos, presentación, interacción, creemos que hay que ir más allá de esta visión limitada y que es momento, como plantea Karl (2006: 48) de cambiar el tipo de pregunta y preguntar qué tipo de identidades de género se forjan en Internet y cómo interseccionan las identidades sexuales y las de género a través de la imbricación con lo tecnológico. La conexión género-sexualidad no está estudiada prácticamente: el ciberfeminismo se centra en el género y lo *queer* en las identidades. Lo feminista debe ser conectado con lo *queer*, aunque sea difícil establecer la relación exacta entre género y sexualidad.

Los trabajos que conectan tecnología y género nos hablan de masculinidad y feminidad estereotipada pero no nos suelen hablar del tipo de masculinidades y feminidades que se producen en las tecnoprácticas diarias ni tienen en cuenta que las identidades de género no se pueden dar por supuestas ni ser fácilmente atribuidas a cuerpos sexuados (Karl, 2006: 54). Aquí tenemos muchas vías de futuro análisis. De igual modo, si las conectamos con la sexualidad, no debemos olvidar que debemos tener en cuenta otras sexualidades pero también analizar la reproducción de la hegemonía heterosexual.

Además, los análisis *queer* se han basado excesivamente en lo textual y dada la multiplicación de plataformas que incorporan la imagen (Flickr, Fotolog, Facebook, Myspace...) se impone ampliar los registros.

Desde esta perspectiva amplia cualquier *site* es un *gendered site*. Internet ofrece múltiples posibilidades de abordaje: acotar es el reto y acotar significativamente. Para ello, hemos de preguntarnos cómo queda un sitio "*gendered*": puede serlo mediante el uso de marcas, códigos reconocibles como pertenecientes a un género determinado o mediante las prácticas discursivas que en ellos tienen lugar. Los estereotipos nos permiten descodificar en términos de género pero al mismo tiempo nos encorsetan en unos significados estandarizados que es difícil subvertir: esta es una de las grandes dificultades a las que nos enfrentamos.

Todos los *sites* son *gendered*, pero esta cualidad puede considerarse desde una perspectiva más esencialista o más performativa. Desde la primera perspectiva, nuestra aproximación debería partir del análisis de *sites* estereotipadamente marcados por el género, como las páginas web de las revistas *Hola* (femenina) y *As* (masculina). Estas muestran a nivel de imagen, estética, presentación y contenidos diferencias claras. La aproximación al *site* consistiría en identificar y analizar los elementos que se utilizan para marcar el *site* desde la matriz sexo-género. Aunque como hemos comentado estos marcadores se han centrado hasta ahora en ejes temáticos y textuales hay que tener en cuenta otros criterios como la presentación (colores utilizados, tipografía, imágenes, gestualidad). Texto e imagen se apoyan para ubicar el producto en el sistema de sexo-género mediante la

utilización de unos códigos que sean legibles por todos, identificables y, por tanto, con frecuencia estereotipados.

Pero hay otro nivel de abordaje que nos permite acercarnos a concepciones de la identidad más fluidas y analizar la compleja relación entre construcción del género y la sexualidad en Internet, una relación que de otro modo es difícil de aprehender (O'Riordan, 2006; Karl, 2006). En nuestra opinión, los *sites* destinados al establecimiento de contactos afectivo-sexuales son entornos privilegiados que nos pueden permitir dar el salto al análisis de la matriz género-sexo-sexualidad-deseo desde una perspectiva compleja puesto que en ellos se produce no sólo el género sino también la sexualidad y a los *transcripts* prefijados se suman estrategias particulares para subvertirlos. Estos *sites* funcionan además como puente entre plataformas más o menos rígidas (match, adultfriendfinder, marquee, gaydar, bakala, wwwbear) y entornos de interacción más personalizada. Los usuarios entran primero en estos *sites* y luego siguen a los individuos que les interesan en sus *sites* personales (blogs, fotolog, flickr...) siendo generalmente el objetivo final el contacto *offline*. Aunque plataformas como flickr y fotolog no suelen ofrecer datos sobre sexualidad, si la persona ha sido contactada en un *site* marcado sexualmente su labelling es más fácil. Esto hace más recomendable para poder analizar la matriz género-sexualidad-deseo partir de los *sites* generales marcados sexualmente que partir de los personales.

No obstante, puesto que estamos de acuerdo con O'Riordan (2006: 14) en afirmar que "los *queer* y los cibernujetos son producidos mediante prácticas materiales específicas" el seguimiento de los participantes en sus itinerarios *online* se intuye tan significativo como su participación en un *site* particular.

La estrategia metodológica sería pues doble: por un lado, análisis de los elementos que se utilizan en *sites* marcados por el género desde una perspectiva culturalmente legible para ver cómo se construye y representa la matriz género-sexualidad a través de la combinación texto-imagen y análisis de *sites* en los que el género y la sexualidad son fundamentales en la constitución del propio *site*, para llegar a los *sites* personales, que ofrecen mayores posibilidades de subversión puesto

que la agencia de los participantes es mayor. Unos y otros permiten la performatividad de género bien por la propia plataforma o por el tipo de relaciones que promueve y permiten la transgresión de los *transcripts* tradicionales que según tantos autores se reproducen. Nos remiten a ontologías significativas pero no necesariamente prefijadas e inmutables.

Si las páginas web nos hablan de procesos de labelling en parte debido a la utilización de perfiles prefijados que los usuarios deben completar (perfiles cuyos contenidos son muy significativos), los *sites* personales remiten a procesos de self-labelling que nos permiten analizar qué elementos textuales y visuales se utilizan como marcadores de sexo y género y cómo se constituye el sujeto y la interacción sexuada/de género. En las ocasiones en que el *script* define e identifica la sexualidad del individuo, la adscripción a la categoría es automática (caso *webs gays* de contactos o de Myspace que pide al participante que defina su orientación sexual). Pero si el *site* es neutro y hay un *script* que no marca, se puede mostrar, como Goffman apuntaba, tanto implícita como explícitamente. El uso de etiquetas determinadas (tags) puede ser un buen indicador.

Por otra parte, si queremos escapar de la “matriz heterosexual” podemos prestar atención a los *sites* marcados como LGBT y ver cómo se re-presentan: lo podemos hacer utilizando un buscador y/o recurriendo a los *sites* de los sitios de ambiente, asociaciones *gays*, tipos (osos) o incluso ciudades.

En este sentido, es importante considerar si los *sites* más significativos deben o no ser explícitamente sexualizados o estar marcados sexualmente y si se establecen diferencias significativas entre las diferencias vías de investigación que se nos presentan (análisis de un *site* sexualizado o no; seguimiento del individuo a través de sus itinerarios por diferentes *sites*).

La incorporación al análisis de los géneros de este marco interpretativo más amplio nos permitiría, quizá, llegar a codificar y descodificar los sistemas de sexo-género desde posiciones más fluidas, fracturadas y menos homogeneizadoras y estereotipadas.

BIBLIOGRAFÍA

- BUTLER, Judith (1990) *Gender Trouble*, London, Routledge.
- CHOW-WHITE Peter A 2006 "Race, Gender and Sex on the Net: Semantic Networks of selling and Storytelling sex tourism", *MEDIA CULTURE SOCIETY*, 28 (6), pp. 883-905.
- CONNELL, R.W. (1995) *Masculinities*, Cambridge, Polity Press.
- GILMORE, David D. (1994) *Hacerse Hombre. Concepciones Culturales de la Masculinidad*, Barcelona, Paidós.
- GOFFMAN, Erving (1963), *Estigma. La Identidad Deteriorada*, Buenos Aires, Amorrortu.
- GÓMEZ, E., ARDÈVOL, E., y ESTALELLA, A. (2007). Playful embodiment and identity performance on the Internet. In *Internet Research 8.0: Let's Play*. (AoIR, Vancouver).
- GREEN, Eileen and ADAM, Alison (eds) (2001). *Virtual Gender. Technology, consumption and identity*, London, Routledge.
- HERRMANN, Andrew F. (2007) "People Get emotional About their Money": performing masculinity in a Financial Discussion board", *Journal Of Computer-Mediated Communication*, 12 (2).
- HETHERINGTON, Kevin (1998) *Expressions of Identity. Space, Performance, Politics*. London, Sage.
- KARL, Irmí (2006) "On-/Offline: Gender, Sexuality, and the techno-Politics of Everyday Life" en K. O'RIORDAN and David J. PHILLIPS (eds) *Queer Online. Media, Technology and Sexuality*, New York, Peter Lang Publishing, pp 45- 63
- MARTINEZ OLIVA, Jesús (2005) *El Desaliento del Guerrero. Representaciones de la masculinidad en el arte de las décadas de los 80 y los 90*, Murcia, Ad Hoc.
- NYBOE, Lotte (2004) "You said I was not a man: Performing Gender and Sexuality on the Internet" *Convergence. The International Journal Of Research Into New Media Technologies* 10, pp. 62-80.
- O'RIORDAN, Kate and David J. PHILLIPS (2006) *Queer Online. Media, Technology and Sexuality*, New York, Peter Lang Publishing.

- ROBERTS, Lynne, D. and Malcolm R. PARKS (2001) "The Social Geography of gender-switching in virtual environments on the Internet" en GREEN, Eileen and ADAM, Alison (eds) *Virtual Gender. Technology, consumption and identity*, London, Routledge.
- ROYAL, Cindy (2007) "Framing the Internet. A comparison of Gendered Spaces", *Social Science Computer Review*, Xx: X, pp. 1-18.
- SKEGGS, Beverley (1997) *Formations of Class and Gender*, London, Sage.
- TURKLE, Sherry (1997) *La vida en la pantalla. La Construcción de la Identidad en la Era de Internet*, Barcelona, Paidós.
- VAN ZOONEN, Liesbet (2002) "Gendering the Internet. Claims, Controversies and Cultures", *European Journal Of Communication*, Vol 17 (1), pp. 5-23.
- WAJCMAN, Judy (2006) *El Tecnofeminismo*, Valencia, Cátedra.
- WEISS, Daniel E. (1991) *The Great Divide. How Females and Males really Differ*, New York, Poseidon Press
- WITMER, Diane F. and Sandra Lee KATZMAN (1997) "On-Line Smiles: Does Gender make a difference in the Use of Graphic Accents", *JCMC*, vol 2: 4.
- ZAFRA, Remedios (2005) *Netianas. N(h)acer mujer en Internet*, Madrid, Lengua de trapo.

IMAGEN PÚBLICA-PRIVADA Y ÉTICA: REFLEXIONES DESDE UNA INVESTIGACIÓN ETNOGRÁFICA SOBRE LAS PRÁCTICAS DE FOTOGRAFÍA DIGITAL

EDGAR GÓMEZ CRUZ
Universita Oberta de Catalunya

1. LAS PRÁCTICAS DE FOTOGRAFÍA DIGITAL: UN PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

Este artículo se presenta en el marco de una investigación en curso sobre las prácticas de fotografía digital en la vida cotidiana. Se plantean unas notas reflexivas sobre los retos del trabajo etnográfico ante los escenarios complejos que se abren con el uso de la imagen que buscan continuar una discusión conjunta sobre la ética en la investigación etnográfica.

La implementación de la tecnología digital en la práctica fotográfica, ha supuesto un cambio en todo el circuito de producción, distribución y consumo de fotografías. El paso de la fotografía analógica a los sistemas digitales, y su popularización masiva, ha supuesto la sustitución de los carretes de composición química, casi en su totalidad, por dispositivos electrónicos de memoria¹. Esto viene acompañado de múltiples transformaciones en los costos, mecanismos y dispositivos necesarios para la obtención de imágenes digitales. Por otro lado, la distribución adquiere dimensiones nunca antes vistas con la posibilidad de la copia digital sin pérdida de calidad, o la distribución a través de Internet en las plataformas existentes como Fotoblog o Flickr. Pero principalmente, la práctica de la fotografía adquiere una nueva dimensión por la presencia constante de la cámara digital como dispositivo de uso cotidiano, gracias en gran parte, pero no sólo, a la incorporación de una cámara en la gran mayoría de los teléfonos móviles que se venden en la actualidad. Esta casi omnipresencia en la vida cotidiana de un dispositivo de producción de

¹ Las grandes compañías como Canon, Nikon y Kodak, anunciaron a partir del 2006, el cese de la producción de cámaras analógicas.

imágenes, transforma no sólo la práctica en sí misma sino al objeto de lo fotografiable. El resultado es que los lugares, los momentos y el uso de las fotografías, han cambiado radicalmente y con ello su función social². Por ello, la investigación que se viene desarrollando adquiere una pertinencia. El trabajo de investigación propone una aproximación a las prácticas cotidianas con y alrededor de la fotografía digital en el contexto hispano hablante para conocer cuál es la relación de dichas prácticas con la creación de subjetividades, el mantenimiento de la identidad y la generación de vínculos sociales, en el marco de sus usos en Internet. Utilizando como base teórica la Teoría de las Prácticas y la metodología etnográfica.

1.1. Marco teórico-metodológico

Schatzki, Knorr-Cetina y Von Savigny (2001), autores de una recopilación por demás interesante sobre la Teoría de las Prácticas, proponen que “lo social es un campo de prácticas encarnadas y relacionadas materialmente que se organizan centralmente alrededor de cierto entendimiento práctico” (2001, p. 3). El énfasis de esta perspectiva, y por lo que resulta especialmente atractiva para esta investigación, es que pone especial interés en la vida cotidiana (cfr. Reckwitz, 2002), siguiendo claramente la estela de la etnometodología (Garfinkel, 2006). Esta aproximación ha sido utilizada por algunos autores para estudiar la producción de sentido, relacionándola con los medios de comunicación (Couldry, 2004) e incluso para analizar la fotografía misma (Bourdieu, 2003; Okabe e Ito, 2006). Se propone utilizar las prácticas como el foco de atención de esta investigación para englobar a todo el proceso de producción, uso y difusión de las imágenes digitales. De esta manera, se busca evitar centrarse en una plataforma (Flickr por ejemplo) o en una sola tecnología (teléfono móvil) buscando dar cuenta del uso (o no uso) de los distintos dispositivos por parte de los sujetos de la investigación. Este enfoque rompe también con las dicotomías preinducidas en el análisis (como

² Bien es cierto que dicho cambio no implica una transformación de todas las funciones de la fotografía ya que, muchas de ellas, se ven también reforzadas aunque con alcances y posibilidades diferentes. Por poner un ejemplo, los álbumes familiares en Internet (cfr. Pauwels, 2006).

online/offline o tecnología/social), y se centra en lo que Okabe e Ito llaman “situaciones tecnosociales” (2006) y que apuntan que cada vez se dan de manera más fluida, distribuida y con mediaciones tecnológicas. Por ello, proponen, se requiere que los etnógrafos: “capturen y documenten estas actividades fragmentadas, así como que desarrollen formas de analizarlas que tomen en cuenta sus características únicas” (Okabe e Ito, 2006, p. 83). Siguiendo a los autores japoneses, se trata de “desarrollar categorías analíticas que sean parte de estructuras sociales establecidas y de sistemas de significados, pero que tengan encarnaciones nuevas a través de la mediación técnica” (p. 90).

Dado lo propuesto anteriormente, planteo un estudio etnográfico. A lo largo de las últimas décadas, la etnografía ha pasado de estudiar comunidades localizadas en un lugar específico a abordar, en monografías, nuevos objetos de estudio: colectivos deslocalizados y virtualizados (Miller y Slater, 2000), prácticas como el yoga (Strauss, 2000) o comunidades virtuales en Internet (Hine, 2000), entre otros. Con este giro queda constatado que el objeto de estudio de los etnógrafos ya no son necesariamente comunidades sino que pueden ser colectivos que compartan una identidad, un imaginario o una práctica (Strauss, 2000), y que no necesariamente se encuentran localizados geográficamente. De esta manera, el campo, un concepto fundamental con el que la etnografía se refiere a su referente empírico (personas, artefactos, objetos, lugares, etc. que emergen durante el trabajo de campo) (Guber, 2004) ya no es un lugar que aguarda a ser penetrado, sino que debe ser laboriosamente construido (Amit, 2000).

2. ALGUNAS REFLEXIONES DESDE EL CAMPO

2.1. Imagen, vigilancia, control y exhibicionismo: Del panóptico a las redes sociales

Dentro de las múltiples problemáticas que presenta una investigación de este tipo, me gustaría centrarme en este artículo en la discusión sobre la relación entre la imagen, su uso como forma de vigilancia, y por ende de control, y sus posibles implicaciones en la investigación etnográfica. En últimas fechas dicha relación está retornando con

fuerza a la agenda de investigación debido a la emergencia de las tecnologías digitales de la imagen: webcams, teléfonos móviles con cámara, cámaras de fotografía y video digitales, así como las plataformas llamadas redes sociales (Flickr, Facebook, Youtube, etc.). Así como la compleja relación que se establece al ponerse en marcha estas redes sociotécnicas. El debate retoma las ideas sobre una sociedad de vigilancia (Foucault, 2004) o una sociedad del control (Deleuze, 1972). Por un lado se propone que la ubicuidad de la imagen, especialmente desde la masificación y “domesticación” de la imagen digital en el ámbito familiar y personal, sumado a la potencial difusión que tienen las imágenes en las redes sociales, ha llevado a que las pesadillas del *Big Brother* y el Panóptico, se mezclen con la “sociedad del espectáculo” (Debord, 1983). De esta forma, el control (o disciplinamiento) ha pasado; de interiorizar la vigilancia y “modular” el comportamiento con relación a la misma, a hacer de la exposición y exhibición pública una nueva forma de control de la subjetividad.

Un segundo debate que resulta pertinente y en conexión con el anterior es la crisis que parece haber entre lo que tradicionalmente se ha considerado público y/o privado. Esta dicotomía se ve retada igualmente en algunos de los fenómenos más recientes que involucran prácticas con las tecnologías mencionadas. Diversos autores analizan este escenario desde perspectivas muy diversas. Sin ánimo de establecer un meta-análisis ya que no es el interés de este texto, se establece un panorama general, a manera de prolegómeno, sobre dicha discusión.

La discusión sobre la privacidad y la puesta en escena de lo cotidiano en Internet se remonta a los primeros experimentos con cámara web³, de los cuales el más famoso fue sin duda Jennicam⁴, aunque no es exclusivo de las “nuevas tecnologías” como apunta el trabajo de Anne Friedberg (2002). La discusión parece ser, por un lado la vigilancia y el uso de las imágenes de seguridad por parte de autoridades y por

³ Resulta, cuando menos curioso, que estos análisis sigan tomando como referencia los sitios de webcams (cada vez menos numerosos) y se ocupen poco de las manifestaciones más recientes de la difusión de imágenes en plataformas como Flickr, Fotoblogs o Youtube.

⁴ <http://en.wikipedia.org/wiki/JenniCam>

otro lado el control y la difusión de la propia imagen por parte de ciudadanos comunes y corrientes. Lo que parece claro es los conceptos como público y privado pueden no ser útiles para explicar algunos de estos fenómenos. Koskela (2004, 2006), en su trabajo sobre la relación entre *webcams*, vigilancia y control propone que las *webcams* son similares a las “cámaras de seguridad” y que el control que la vigilancia detona, se ha tornado en espectáculo (Koskela, 2006, p. 175). En ese sentido, apunta que: “Las webcams abren interesante retos teóricos que deben ser examinados en relación a una nueva forma de producción social del espacio” (Koskela, 2006, p. 177). Integrando de esta forma, en la relación entre imagen, control y exposición, la pregunta sobre lo público y lo privado.

Esta reflexión podría igualmente aplicarse a muchas tecnologías y plataformas recientes que involucran la exposición de imágenes a través de Internet.

Algunas visiones, en la misma línea pero desde una óptica pesimista sobre la posible resistencia ante este proceso de vigilancia, control y puesta en escena de imágenes, es señalada por otros autores como Paul Virilio (2002) y Ursula Frohne (2002) quienes apuntan que la exhibición de imágenes privadas es la última fase de control capitalista. Desde una perspectiva psicoanalítica y Lacaniana, Julie Levin Russo (2005) propone que este “cyber-exhibicionismo” es el terreno de la puesta en escena de las subjetividades y que no debe ser necesariamente señalado como una forma de control. El asunto del exhibicionismo, con claras reminiscencias freudianas, es tratado especialmente desde el punto de visto de género en donde la “mirada masculina” (*male gaze*), que objetifica a las mujeres, cruza dicha discusión. Sin embargo, de manera interesante y en contraste con el punto anterior, existen también visiones que hablan de que dicha exposición del cuerpo femenino, por ejemplo en la forma de autorretratos, logra empoderizar a las usuarias creando nuevas subjetividades alejadas de la mirada masculina. Esto se da porque el control sobre la imagen, y por ende la representación, es de las usuarias de las cámaras digitales. Así, por ejemplo Lee, en su trabajo sobre móviles y mujeres en Corea, afirma que se está generando una “Cultura femenina de la cámara móvil” (2005) y con ello se refiere al hecho de que el teléfono móvil ha sido apropiado por parte de las

mujeres de una manera importante, convirtiéndose además en un puente para el uso de otras tecnologías tradicionalmente relacionadas con el uso masculino. Cuestión que parece compartir Hjorth (2006). Una posición intermedia, desde el arte, la propone Knight (2000) quien dice que la cámara ha pasado de ser “un instrumento de grabación a ser un aspecto integral de la vida de los sujetos” (p. 24). Lo que queda claro es que el debate está abierto y existe controversia al respecto. Si a esto se le suma la práctica cada vez más difundida de las imágenes en las redes sociales, no sólo para la difusión de las mismas sino como parte importante del establecimiento y mantenimiento de relaciones sociales, la cuestión sobre la privacidad se complica aún más (cfr. Livingstone, 2008).

2.2. De lo público a lo privado y de lo privado a los públicos. Algunos ejemplos del trabajo de campo

Para ejemplificar de manera empírica la dificultad de establecer una posición sobre la discusión anterior, se proponen un par de casos del trabajo de campo para, en un tercer momento, reflexionar sobre los nuevos escenarios y la ética en la investigación etnográfica.

Un primer caso con el que se podría iniciar esta reflexión, surge del trabajo de campo sobre prácticas de fotografía digital iniciado en el sitio Flickr.com: Un hombre abre una discusión en el foro “Madrid” de Flickr, colgando un par de fotos de una chica con el título: “¿Alguien la conoce?”. La chica, que tiene un *look* del cual es muy difícil abstraerse (cabello rosa, muy alta, con ropa muy ajustada y estrambótica y paseando a un galgo), resulta que vive y pasea por el centro de Madrid y por lo tanto un grupo considerable de personas la ha visto (y más de uno la ha fotografiado). Una chica, que pertenece al grupo de Flickr y que ha seguido la discusión, se encuentra en la fila del cine a la del cabello rosa y se atreve a comentar la discusión de la que es el centro esperando que le hiciera gracia. La chica del cabello rosa se enoja y le dice que no tienen derecho ni a fotografiarla ni a hablar de ella. A partir de ahí, un foro que comenzó casi como una puesta en escena de cupido, se transformó en una discusión legal y moral sobre la privacidad, la fotografía, el arte y, aunque no se menciona explícitamente, en última instancia Flickr mismo como

plataforma social y su papel en las luchas simbólicas. Este ejemplo puede tomarse como el inicio de una discusión que gire en torno a la pregunta: ¿Qué es lo público y lo privado y cómo se ha reconfigurado a partir de la emergencia de la “cultura digital” de la imagen? Lo que parece claro es que dicha reconfiguración todavía no acaba de estar clara para muchos de los usuarios de estas tecnologías de la imagen. Una simple búsqueda en las principales plataformas de distribución y exhibición de videos y fotografías, puede darnos una idea de la gran cantidad de fotografías, especialmente de mujeres en lugares públicos, que se obtienen sin el permiso (y seguramente sin la conciencia) por parte de aquellas personas a las que se les está utilizando (nunca mejor dicho) como objeto fotográfico. Esta práctica es bastante habitual (y discreta y por ello doblemente perversa), especialmente cuando se efectúa con las cámaras de los teléfonos móviles. Esto presenta problemas ya que las personas que fotografían, “invaden” la “privacidad” con la mirada pero lo hacen en lugares públicos (lugares como una calle, un centro comercial o el metro), y lo que hacen con ese contenido “privado” es reconfigurarlo y publicarlo nuevamente en un lugar “público” (por ejemplo Internet). Si bien las imágenes son obtenidas en lugares públicos, es la mirada (objetivada en el encuadre) que se convierte en una “ventana a la intimidad” y por lo tanto en una violación a la intimidad. Sin embargo, resulta complicado situar la práctica dentro de un marco que de cuenta de la complejidad de la misma. En ese sentido es el marco legal el que acaba imponiéndose, muchas veces con problemas, y dictando lo legal e ilegal. Lo que es evidente desde la investigación de dichos fenómenos es que urge repensar los conceptos de público y privado, no sólo a nivel teórico sino en la estructuración del campo de estudio. Especialmente si se utilizan las mismas plataformas en donde suceden casos como los anteriores, o como objeto de estudio, o como herramienta de recogida de datos.

Ahora bien, ¿qué sucede con esa facilidad de lo digital para capturar cualquier cosa en cualquier momento y en cualquier lugar? El problema es que la facilidad y discreción de lo digital hace que no sólo la cotidianidad se convierta en objeto de lo fotografiable sino que lo fotografiable en sí mismo no conozca límites. Tomarle una foto a una chica que toma el sol desnuda en la playa es claramente ilegal,

pero ¿qué sucede cuando una persona se fotografía a sí misma desnuda y sube sus fotos a Flickr, ganando un “club de fans”? ¿Qué pasa cuando esta práctica es ampliamente difundida? ¿Significa que esas personas “renuncian” al derecho sobre su imagen? o por el contrario, toman el control de la misma como señalan algunos autores. Por otro lado, los medios tradicionales cada vez son más ágiles para capturar estas manifestaciones e incorporarlas en sus formatos sin costo para ellos. Dos ejemplos de lo anterior son los concursos y *castings* que se desarrollan a través de plataformas como Youtube⁵. Un famoso programa de televisión chileno llamado *Canal Copano*, está organizando el concurso: “Señorita Fotolog”⁶. En Chile, un país de 15 millones de habitantes, hay más de cuatro millones de cuentas en las distintas plataformas de *fotoblogs* según un estudio de la Universidad Central. Las chicas que participan en el concurso son mujeres (como la mayoría de usuarias de Fotolog.com), casi todas menores de 25 años, y cuya principal práctica, mostrada en su fotolog, es fotografiarse a sí mismas, práctica que muchas de ellas elaboran de forma cotidiana, juguetona y con gran sofisticación. Una gran cantidad de estas fotos, son imágenes de adolescentes y jóvenes en poses sensuales y con ropa escasa, la mayoría de las imágenes tomadas en el reflejo del espejo del baño o con el brazo extendido. De ahí que el concurso se fundamente en esa práctica para sacar réditos de ella. En su estudio elaborado en los 60s, Bourdieu (2003) cita a un campesino que afirmaba: “Dar una foto mía a alguien es como si me diera a mi mismo” (p. 345). Esto no parece molestarles a los jóvenes que “se dan a si mismos” en fotos. Una primera hipótesis al respecto podría ser que las fotografías de uno mismo serían no tanto una representación de una persona tanto como la demostración de una

⁵ Playboy está lanzando un casting para escoger a la playmate de portada para su edición especial de 55 aniversario.

⁶ Un fotoblog es una página de Internet que permite, con mucha facilidad y sin necesidad de saber nada de programación, subir, al menos, una fotografía diaria. De esta manera, cada persona puede crear una página en donde aparezca un calendario y cada día del año, subir una foto a la que otras personas pueden dejarle comentarios. También se pueden crear redes de amigos, ya sea de personas conocidas físicamente o que se hayan conocido a través de Internet a través de las opciones de “contactos” que se integran en el sistema. Mientras que el genérico para la plataforma es fotoblog, hay una en específico que tiene un gran éxito entre los jóvenes de todo el mundo, pero en especial entre los chilenos que se llama Fotolog.com

pertenencia (en este sentido sí), a un grupo que desarrolla una práctica (¿pertenencia reconocida y consciente?). Ahora bien, habría que considerar esta práctica en un complejo entramado de relaciones: económicas (ya que se relaciona estrechamente con el consumo), políticas (del cuerpo, de la responsabilidad social), de sentido (la imitación de la imagen publicitaria, la representación de la “realidad”), sociales (el compartir las fotografías en plataformas como Flickr), estéticas (definición de lo que es una buena fotografía) y sobre todo, en la “puesta en escena” que representan en muchas ocasiones la exhibición de estas fotos. Baste decir que el objeto fotográfico parece haberse convertido en un objeto de intercambio, sociabilidad, un “performance manifiesto del poder de visibilizar” (Frosh, 2001). Incluso, podría pensarse como un objeto de consumo ya que estas propuestas e imágenes generan sinergias parecidas a las que generan “audiencias” en los medios tradicionales ya que no sólo se vuelven públicos sino que ejercen una presión para seguir siéndolo. Una informante de 19 años que solía poner una gran cantidad de fotos suyas, muchas veces semidesnuda apunta: “sabes lo otro k me da rabia es k la gente deja de visitar si no ven foto de uno. Desde k comenze a subir otras fotos bajeen el numero de visitas antes me visitaban 100 personas diaria ahora lo hacen solo 15”⁷. ¿Cuál debe ser entonces nuestra posición desde la investigación? Es necesario abrir un debate sobre ello.

2.3. Coda reflexiva sobre la ética en investigación etnográfica de las prácticas de la imagen

Ejemplos como estos demuestran que parece abrirse un campo de investigación rico e interesante que relaciona tecnologías de la imagen, prácticas cotidianas y construcción de subjetividades. Finalmente, el proyecto de fondo es dar cuenta de las transformaciones antropológicas y sociales más amplias. Por ello, la discusión sobre la privacidad también tiene que llevarse al terreno de la ética en la investigación. Se propone entonces el reflexionar, desde

⁷ Dado que la entrevista se hizo por correo electrónico, se ha respetado completamente la escritura de los informantes

el método etnográfico, sobre las posibilidades, limitaciones y trayectos que han de trazarse para dar cuenta de dichas prácticas. No sólo a nivel teórico-metodológico sino a nivel ético y social. La dificultad de establecer una separación entre lo público y lo privado que ya he planteado, permea también la labor de los investigadores. Esto se debe en parte a la facilidad de obtención de una gran cantidad de datos sin que haya un consentimiento expreso y ni siquiera un conocimiento de parte de las personas que están siendo “estudiadas”. Si bien es interesante cómo en diversas investigaciones, las personas a las que se les consulta sobre el contenido que cuelgan en Internet, suelen responder diciendo cosas como: “si fuera algo que no me interesara que vieran, no lo colgaría” (complicando aún más las decisiones en el campo). Una amplia y brillante reflexión sobre la ética en la investigación que involucra a Internet es propuesta por Estalella y Adrèvol (2007). Siguiendo su propuesta de “ética dialógica”, especialmente sensible cuando de lo que se trata en muchas ocasiones es de imágenes, que a diferencia del texto en un chat o un blog, remiten físicamente a alguien específico y por ello se debe generar un diálogo mucho más cercano. En ese sentido, en mi trabajo de campo que apenas inicia, he intentado, por un lado “exponerme” al mismo nivel que las personas con las que estoy trabajando, con fotos mías, con mis “representantes en el campo” como lo son mi cuenta de Flickr, mi blog y mi wiki. Pero además, en diversos foros he ido comentando abierta y públicamente de mis intenciones como investigador, el tipo de cosas que estoy investigando e incluso hay anécdotas interesantes como el hecho de que un fotógrafo aficionado, sin formación de investigación, me haya sugerido el aplicar un cuestionario para tener más datos sobre los usos de la cámara. De esta forma, involucrando a los sujetos con los que se intenta co-construir un campo de investigación, y en última instancia, generar conocimiento sobre los temas fundamentales de la sociedad que se encarnan en su vida cotidiana, las relaciones de poder, al menos en el campo, se ven tan erosionadas como los conceptos que podrían dificultarnos la reflexión sobre el mismo. Como me dijo mi directora de tesis, ante todo, honestidad.

BIBLIOGRAFÍA

- AMIT, V. (2000). *Constructing the Field: Ethnographic Fieldwork in the Contemporary World*: Routledge.
- BOLTER, J., & GRUSIN, R. (1999). *Remediation: Understanding New Media*: MIT Pr.
- BOURDIEU, P. (2003). *Un arte medio: Ensayo sobre los usos sociales de la fotografía*: Gustavo Gili.
- COHEN, K. (2005). "What does the photoblog want?" *Media, Culture & Society*, 27(6), 883.
- COULDRY, N. (2004). "Theorising media as practice". *Social Semiotics*, 14(2), 115-132.
- DEBORD, G. (1983). *Society of the Spectacle*: Rebel Press.
- DELEUZE, G. (1972). "Post-scriptum sobre las sociedades de control". G. Deleuze. *Conversaciones*, 1990.
- ESTALELLA, A., & ARDÈVOL, E. (2007). "Ética de campo: hacia una ética situada para la investigación etnográfica de internet". *Forum Qualitative Research*, 8(2), En línea.
- FOUCAULT, M. (2004). *Vigilar y castigar: Nacimiento de la prisión: Siglo XXI*.
- FRIEDBERG, A. (2002). "The mobilized and virtual gaze in modernity". In N. Mirzoeff (Ed.), *The Visual Culture Reader*. London: Routledge.
- FROHNE, U. (2002). "Screen Tests: Media Narcissism, Theatricality and the Internalized Observer". In T. Y. Levin, U. Frohne & P. Weibel (Eds.), *CTRL [SPACE]: Rhetorics of Surveillance from Bentham to Big Brother*: M.I.T. Press.
- FROSH, P. (2001). "The Public Eye and the Citizen-Voyeur: Photography as a Performance of Power". *Social Semiotics*, 11(1), 43-59.
- GARFINKEL, H. (2006). *Estudios en etnometodología*: Anthropos Editorial.

- GYE, L. (2007). "Picture This: the Impact of Mobile Camera Phones on Personal Photographic Practices". *Continuum*, 21(2), 279-288.
- HINE, C. (2000). *Virtual Ethnography*: Sage Publications.
- HJORTH, L. (2006). "Snapshots of Almost Contact: Gendered Camera Phone Practices and a Case Study in Seoul, Korea". *Cultural Space and Public Sphere in Asia*, Seoul, 15-16.
- KNIGHT, B. (2000). "Watch me! Webcams and the public exposure of private lives". *Art Journal*, 59(4), 21-26.
- KOSKELA, H. (2004). "Webcams, TV Shows and Mobile phones: Empowering Exhibitionism". *Surveillance & Society*, 2(2/3), 199-215.
- KOSKELA, H. (2006). The other side of surveillance": Webcams, power and agency. In D. Lyon (Ed.), *Theorizing Surveillance: The Panopticon and Beyond* (pp. 163-181). Portland: Willan Publishing.
- LEE, D. (2005). "Women's Creation of Camera Phone Culture". *Fiberculture Journal*, 6.
- LISTER, M. (1997). *La imagen fotográfica en la cultura digital*: Paidós Ibérica.
- MILLER, D., & SLATER, D. (2000). *The Internet: an ethnographic approach*: Berg.
- OKABE, D., & ITO, M. (2006). "Everyday Contexts of Camera Phone Use: Steps Toward Technosocial Ethnographic Frameworks". In J. Höfllich & M. Hartmann (Eds.), *Mobile Communication in Everyday Life: An Ethnographic View* (pp. 79-102). Berlin: Frank & Timme.
- PAUWELS, L. (2006). "A Private Cultural Practice Going Public? Expanding and Shifting Functions of Family Photography on the Web". Paper presented at the *International Communication Association*, Dresden, Germany.
- PAUWELS, L. (2008). "A private visual practice going public? Social functions and sociological research opportunities of Web-based family photography". *Visual Studies*, 21(1), 34 - 49.
- RECKWITZ, A. (2002). "Toward a Theory of Social Practices". *European Journal of Sociology*, 5(2), 243-263.

RUSSO, J. L. (2005). *Show Me Yours: The Perversion and Politics of Cyber-Exhibitionism*. Retrieved 18/05, 2008, from http://01cyb.org/docs/jlr_exhibitionism.pdf

SCHATZKI, T., KNORR-CETINA, K., & VON SAVIGNY, E. (2001). *The Practice Turn in Contemporary Theory*: Routledge.

STRAUSS, S. (2000). "Locating yoga: Ethnography and transnational practice. Constructing the Field": *Ethnographic Fieldwork in the Contemporary World*, 162-194.

VIRILIO, P. (2002). "The Visual Crash". In T. Y. Levin, U. Frohne & P. Weibel (Eds.), *CTRL [SPACE]: Rhetorics of Surveillance from Bentham to Big Brother*. (pp. 108–113): M.I.T. Press.