

Etnografía celular: una propuesta emergente de etnografía digital

Sección: Artículos Recibido: 06/09/2017 Aceptado: 04/10/2017 Cellular ethnography: an emergent proposal of digital ethnography

Edgar Gómez Cruz University of New South Wales Sydney, Australia e.gomezcruz@unsw.edu.au

Resumen

Se propone una intervención en los debates actuales sobre el uso del método etnográfico para el estudio de la cultura digital. El texto se plantea en tres bloques: primero posiciona se planteamiento conceptual de la etnografía celular dentro de la trayectoria de las metodologías para el estudio de la cultura digital y el creciente interés por la experimentación metodológica; segundo se esboza la propuesta de una etnografía celular; y, finalmente, ofrecen algunos ejemplos del uso de la misma. tanto en provectos investigación como en experiencias docentes recientes. conclusiones Las buscan esbozar una agenda futura a manera de invitación y pregunta abierta

Abstract

The text outlines an intervention into current discussions regarding ethnography. The first part of the paper positions cellular ethnography proposal within current advancements in the study of digital culture and the growing interest on innovative methods; the second describes the proposal of cellular ethnography, emphasizing its possibilities in the Latin American region dialogue with different academic cultures; the third section presents a number of examples of its use in current projects and pedagogical experiences. The conclusions aim to present a future agenda, both as an invitation and as an open question.

Palabras clave:

Etnografía digital, innovación metodológica, Latinoamérica, teléfonos celulares.

Keywords:

Digital ethnography, methodological innovation, Latin America, cell phones.



INTRODUCCIÓN: INNOVACIÓN Y CREATIVIDAD METODOLÓGICA

Las ciencias sociales y las humanidades parecen haber entrado en una fase de reconstitución metodológica. En la última década han proliferado los llamados a expandir el repertorio de métodos y técnicas de investigación (Law, 2004; Lury & Wakeford, 2012; Back & Puwar, 2012; Kubitschko & Kaun, 2016). Estas voces plantean la necesidad de innovar metodológicamente para poder dar cuenta de fenómenos emergentes, complejos, múltiples o resbaladizos. Los diversos textos plantean la necesidad de renovar los métodos incorporando elementos más creativos, contextuales, experimentales, artísticos y "artesanales", buscando estar a la altura de los retos que el estudio de la sociedad contemporánea presenta. Este no es el único objetivo: la innovación metodológica también es parte de una necesaria reconfiguración de nuestras preguntas y las teorías que utilizamos para sustentarlas, una saludable y crítica puesta en duda de nuestra capacidad de generación de conocimiento. Tal como apunta Law (2004) en la introducción de su libro After method: Mess in Social Science Research: "si queremos pensar acerca de los desórdenes de la realidad vamos a tener que enseñarnos a nosotros mismos a pensar, practicar, relacionar y conocer en formas novedosas" (p.2).

Conectado con lo anterior, aunque independiente de ello, hay una propuesta emergente de investigación conocida como "teoría no-representacional" (Thrift, 2008; Vannini, 2015) que va tomando cada vez más fuerza. Más que una teoría como tal es un "estilo" de hacer investigación que toma elementos de distintas aproximaciones y tradiciones teórico-filosóficas y que rechaza "la separación entre la corporalidad, la materialidad y la sociabilidad" (Vannini, 2015, p.5). Esta propuesta, como su nombre lo indica, cuestiona la idea del quehacer científico como una representación (de una realidad, de un fenómeno) y posiciona, en el centro mismo del proceso de investigación, "el estar sintonizado con la vida como un proceso inacabado de crecimiento y movimiento; el estar sintonizado no con dónde reside la vida sino a dónde va a continuación" (Vannini, 2015, p. 15). Si bien este no es el lugar para entrar a una discusión profunda de esta reconceptualización metodológica y sus implicaciones epistemológicas, apunto este panorama emergente para situar dicha

¹ Salvo que se indique lo contrario, todas las traducciones son del autor.



propuesta como un modesto intento de participar en la construcción colectiva de nuevas formas de investigación, creativas, originales y con un componente de experimentación continua.

La creciente digitalización (que puede ser leída como procesos varios de automatización, datificación y conexión) ha sido uno de los principales factores de desestabilización de la ciencia social tradicional. La cultura digital no sólo ha generado configuraciones sociales emergentes, sino que ha abierto la puerta al uso de herramientas distintas para el estudio de lo social, desde el *Big Data* y los métodos digitales hasta las etnografías digitales. Métodos usados con recursos y resultados desiguales en geografías académicas distintas. Mientras que las tecnologías digitales han logrado convertirse en cotidianas en Latinoamérica y los índices de penetración muestran una creciente dinámica de adopción, los estudios sociales sobre las tecnologías digitales en la región siguen siendo teniendo retos importantes y tareas pendientes (véase Gómez Cruz y Siles, en prensa).

Ahora bien, los llamados a la innovación metodológica no son solamente fruto de los cambios traídos por las tecnologías digitales, sino también por los paradigmas emergentes que han puesto en duda y problematizado muchos de los supuestos teóricos tradicionales como la mencionada teoría no representacional.

En su análisis de 712 textos publicados entre el 2005 y el 2015, en diez de las publicaciones académicas más citadas de Latinoamérica, Siles, Méndez y Espinoza (2017) encontraron que los métodos utilizados para estudiar las "nuevas" tecnologías son más bien tradicionales y poco innovadores. La *método-logía* es una cuestión tan fundamental que cuesta creer que no exista una mayor discusión sobre ella en los estudios sociales, especialmente en aquellos relacionados con tecnologías digitales. En su trabajo, Siles, Méndez y Espinoza (2017) encontraron que, en una gran proporción de los trabajos publicados, la metodología sigue siendo una asignatura pendiente, siendo expresada, como mucho, en la descripción de una serie de pasos tomados o en la adscripción a un uso previo de dicha metodología. Un primer paso entonces sería la incorporación activa de la reflexión sobre los métodos para lograr generar una verdadera innovación de los mismos. Dicha innovación es necesaria no sólo por los retos que presentan los nuevos objetos sino porque las herramientas



disponibles nos permiten imaginar nuevas preguntas. A final de cuentas, los métodos tradicionales de investigación tienen su origen en momentos histórico-epistémicos específicos y su evolución es apenas lógica.

En lo personal, la metodología siempre me ha resultado, por un lado, sugerente como tema de exploración y, por otro, una aproximación quizá menos recurrente en los trabajos académicos, un reto creativo. Soy consciente que la reunión de las palabras "metodología" y "creativa" no está exenta de suspicacias en algunos círculos académicos más tradicionales de la ciencia social. Lo que resulta difícilmente discutible es que los métodos actuales requieren ser al mismo tiempo soluciones creativas que respondan a los retos específicos de cada provecto, y apuestas críticas que ayuden a replantear nuestras preguntas sobre fenómenos emergentes; de las ciudades inteligentes a las desigualdades digitales pasando por la inteligencia artificial, la realidad aumentada o los coches sin conductor. La renovación de nuestro arsenal metodológico debería ser una cuestión en constante evolución, que tuviera como objetivo tanto repensar los objetos desde perspectivas novedosas y originales como buscar expandir nuestras preguntas y teorías. Como lo plantea Law (2014), "la cuestión reside no tanto en la ausencia de variedad en las prácticas de los métodos sino en las pretensiones de dominación de ciertas versiones de los mismos" (Law, 2014, p. 4).

Un revulsivo a ese estancamiento metodológico ha sido la proliferación y creciente importancia de los objetos de estudio en la era digital. Los medios sociales, las apps, los memes, WhatsApp, las *selfies*, y muchos otros fenómenos contemporáneos, resisten una lectura desde los cánones clásicos, tanto teóricos como metodológicos. Estos nuevos objetos de investigación de las ciencias sociales han impulsado ciertas formas de experimentación metodológica y técnicas emergentes de obtención, registro, análisis y presentación de datos –no necesariamente, o únicamente, digitales–. No resulta aleatorio que este clima de expansión coincida a su vez con la consolidación de estructuras metodológicas como los "métodos digitales" (Rogers, 2013) o el Big Data que abren nuevas vías metodológicas para pensar lo digital. Siguiendo este espíritu imaginativo y experimental, me planteo acercar la mirada a una propuesta emergente que he denominado etnografía celular, que busca ser una reflexión en proceso, transitoria y en diálogo. Propongo que las metodologías



tendrían que ser fluidas y hasta temporales, más que un modelo monolítico y sólido a imitar. Esta propuesta tiene su base e inspiración en algunas de las reflexiones actuales sobre los retos de la etnografía en un mundo digital (Pink, Horst, Postill, Hjorth, Lewis & Tacchi, 2015; Hine, 2015) y busca dialogar con las mismas. La etnografía digital, contrario a lo que podría pensarse, no es (solamente) una etnografía *en línea* o una *netnography* (Kozinets, 2015), sino una forma de hacer investigación que cuestiona, incorpora y se pregunta por el rol de lo digital, tanto como objeto de investigación como instrumento para ella. Es importante esta aclaración porque hay una trayectoria clara entre la *etnografía virtual*, la *ciberetnografía* y la etnografía de mundos virtuales que ha desembocado, por un lado, en la *netnografía*, una propuesta desde los estudios de mercado que busca comprender la sociabilidad en línea. Y, por otro, en la etnografía digital que, como lo indican Pink et al. (2015), puede incluso no ser tecno-céntrica. La etnografía, a final de cuentas, y a pesar de las distintas definiciones que dan cuenta de aproximaciones o preguntas distintas, es una, y se hace bien, o se hace mal.

Este texto aspira a establecer una intervención en los debates actuales sobre el uso del método etnográfico para el estudio de los objetos digitales, buscando específicamente activar el diálogo en América Latina. No es este el lugar adecuado para hacer un balance de los alcances y límites de la implementación de la etnografía digital en América Latina, trabajo por demás pendiente y necesario, baste decir que hay el interés en el uso de la etnografía como herramienta para el estudio de la cultura digital se está incrementando, lo que se ve reflejado en el creciente número de artículos publicados en diversas revistas en español y en diversas geografías de la región (Di Prospero, 2017; Lemus, 2015; Delfa & Cantamutto, 2016; Gutiérrez, 2016; González & Servín, 2017; Cariño & Ramírez, 2017; Aguilar, 2017), algunos de ellos publicados en esta revista. Sin embargo, hay dos retos que percibo todavía sin resolución. Por un lado, son escasos los trabajos provenientes de América Latina en la literatura hegemónica sobre la etnografía digital (que para bien o para mal está escrita en inglés). Por poner un ejemplo de ello, en una colección publicada recientemente por Routledge (Hjorth, Horst, Galloway & Bell, 2017), que se sitúa como un referente global del campo, hay solamente tres autores latinoamericanos, dos de ellos trabajando en Australia y una en España. Ninguno de los textos del volumen hace referencia a la región. El segundo reto que sigue existiendo, y que



guarda relación con esta desconexión entre culturas académicas, tiene que ver con el uso indistinto de teorías y aproximaciones que tienen una periodicidad y un contexto que son invisibilizados sin una articulación crítica en los textos. Conceptos como *ciber*, *virtual* e incluso *online*, utilizados para referirse a prácticas con WhatsApp o Snapchat pueden resultar no sólo un despropósito sino una paradoja epistemológica. La actualización metodológica debe ir de la mano con la renovación teórica.

Es esta desconexión, percibida en múltiples revisiones de textos y conversaciones con estudiantes y colegas, la que origina este texto. Las reflexiones presentadas aquí surgieron precisamente en una serie de visitas que hice en 2017 a Chile, Perú, Uruguay, Brasil y Colombia². Hablando con colegas, participando en seminarios, dando clases y paseando por las calles de Santiago, Lima, Montevideo y Sao Paulo caí en cuenta de la necesidad de elaborar teorías y métodos propios que nos sirvan, por un lado, para dialogar con la ciencia social internacional pero, por otro, y quizá más importante, que puedan adaptarse y ajustarse a las realidades, idiosincrasias y preocupaciones propias de la región.

Según datos de la GSMA (2016), el organismo que aglutina a los operadores de teléfonos celulares en el mundo, Latinoamérica tendrá 521 millones de usuarios en 2020 con una penetración de 78%. Para ese año se prevé que haya 260 millones de conexiones nuevas con *Smartphones*. El teléfono celular es, sin ninguna duda, la tecnología digital más importante para la región. Es por eso que he decidido explorar una aproximación "celular" al trabajo etnográfico, cuestión que expondré con detalle en las siguientes secciones.

El texto se plantea en tres bloques, en el primero posicionaré el planteamiento conceptual de la etnografía celular dentro de la trayectoria de las metodologías para el estudio de la cultura digital; en la segunda esbozaré un bosquejo de lo que entiendo por etnografía celular; y, finalmente, aportaré algunos ejemplos de cómo estoy experimentando con ella, tanto en proyectos de investigación como en experiencias

82

² Después de más de una década de no vivir en Latinoamérica y de varios años de publicar únicamente en inglés, veo este texto como un tímido y humilde intento de regresar al diálogo con mis pares en la región.



docentes recientes. Las conclusiones buscan esbozar una agenda futura a manera de invitación v pregunta abierta.

LA ETNOGRAFÍA DIGITAL Y MÉTODOS VERNÁCULOS

En los más de 15 años de experiencia enseñando métodos en varios niveles, disciplinas y países, la pregunta de los estudiantes siempre es la misma, y es en realidad muy sencilla: "¿cómo hago para responder mis preguntas de investigación adecuadamente?", o "¿qué método necesito para estudiar X?". ³ Independientemente de los objetos, los campos y las disciplinas, la mayoría de las ocasiones el problema planteado no es de carácter general (¿qué es la metodología?) sino particular (cuántas entrevistas, qué técnica usar, cuándo empezar y terminar, a dónde ir, etc.). Más aún, en muchas ocasiones la pregunta sobre el método antecede al objeto de investigación. Es muy común que estudiantes comiencen con: "Voy a aplicar una encuesta" o "Quiero usar redes sociales". Por un lado, los métodos se entienden como un medio, por otro, parecen un fin en sí mismos. Mucho me temo que en ambos casos existe un inminente peligro, el de no reflexionar profundamente sobre la relación entre el conocimiento que se busca generar y las herramientas e instrumentos para generarlo. Los métodos son una forma de interlocución con nuestros objetos de estudio, una forma de transitar en el campo de investigación y un conjunto de relaciones y conexiones que generamos con el conocimiento previo sobre los fenómenos que estudiamos. Pero los métodos son más que eso, también son el soporte del tipo de preguntas que podemos hacer; el alcance y la profundidad que se puede alcanzar con los mismas, el tipo de respuestas que podemos dar. Al mismo tiempo, especialmente cuando se utiliza la aproximación etnográfica, los métodos son también la estructura y el marco de diálogo y relación con las personas estudiadas. Aún más, las metodologías son también una forma de pensarnos en nuestro rol como investigadores e investigadoras, ya que al mismo tiempo nos fuerzan a responsabilizamos (o no) por las decisiones tomadas y por el alcance y límite de nuestros métodos —de ahí que las disposiciones metodológicas sean también éticas y viceversa—. Los métodos son los pilares sobre los que se construyen nuestras reflexiones sobre algún fenómeno específico y la base de diálogo con nuestra

 $^{^{\}scriptscriptstyle 3}$ Agradezco a Ignacio Siles su apunte sobre esta pregunta y los comentarios al texto. 83



comunidad académica. Siguiendo esta lógica, los métodos no deben ser otra cosa más que la continua construcción de puentes, sistemáticos y serios —pero originales y *a medida*— entre la investigadora, y su objeto de estudio, y los trabajos previos sobre el tema, y los informantes con los que se trabaja, y el público imaginado para la investigación. En ese sentido, las fórmulas establecidas corren siempre el peligro de convertirse en limitantes o al menos en directrices cerradas, más que en posibilitadoras. Los métodos deben ayudar, posibilitar y expandir las preguntas adecuándolas a los retos que se presentan, especialmente cuando se trata de objetos emergentes en el campo de estudio.

Para Hine (2015) el internet está situado en la vida cotidiana y es parte de complejas prácticas encarnadas por las personas. De acuerdo con ella, el método etnográfico puede resultar de utilidad para evitar las simplificaciones y generalizaciones superfluas sobre el impacto de las tecnologías en la vida cotidiana. Pink et al. (2015) a su vez proponen cinco recursos a seguir en la implementación de la etnografía digital: multiplicidad, centrarse no solo en lo digital, apertura, reflexividad y no ser ortodoxos. Ambos textos presentan una serie de ejemplos, casos, reflexiones y sugerencias claves de cómo hacer etnografía en la era digital (que no solo resultan útiles para los objetos de estudio digitales sino para la aproximación etnográfica en su conjunto). Ambos textos se alejan de propuestas anquilosadas que se basan en responder a la cuestión de cómo *hacer* un estudio tomando, por el contrario, el camino de la reflexión sobre cómo se *han hecho* varios estudios y qué podemos aprender de ellos. La vía de pensar las metodologías como recetas técnicas absolutas que pueden aplicarse independientemente del objeto y del campo ha dejado de ser una alternativa.

En el caso de mis intereses de investigación, mi exploración sobre las formas y fórmulas para comprender los fenómenos propios de la cultura digital comenzó con las llamadas "comunidades virtuales" (Gómez Cruz, 2002), y derivó hasta llegar a objetos de estudio que ya no cabían en una distinción entre lo *online* y lo *offline* sino

84

⁴ Sus 3 "E's" en inglés son: *embedded, embodied, everyday life* (Hine, 2015).



que se construían onlife (Gómez Cruz, 2012).5 Dichas exploraciones siempre han tenido a la etnografía como punto de anclaje entendiendo la etnografía como una forma de relación con el mundo, una aproximación a la investigación que echa mano de técnicas diversas, no siempre las mismas, y que no siempre están reducidas o usan la observación participante y las entrevistas. En ese sentido, las técnicas que he utilizado siempre han buscado tener presente la relación entre las prácticas digitales de mis informantes y las mediaciones específicas que utilizan en su vida cotidiana. De esta manera, y dependiendo de esta relación, he utilizado distintas herramientas de elaboración propia que buscan complementar, ajustar, expandir o innovar las herramientas etnográficas clásicas. De esta manera, utilicé entrevistas en línea y recolección de logs para investigar las prácticas sexuales mediadas por computadora (Gómez Cruz, 2003). Para comprender las prácticas de fotografía digital utilicé como herramienta de recolección de datos un grupo igual a los que mis informantes usaban en una plataforma para compartir fotos; en ese mismo estudio utilicé un blog para pensar "en voz alta" sobre dichas prácticas y mis informantes comenzaron a utilizarlo para interpelarme y guiar mi mirada (Gómez Cruz, 2012). En varios estudios sobre las prácticas de producción digitales de distintos grupos de jóvenes en situación de vulnerabilidad he utilizado foros, blogs, redes sociales, mensajería instantánea, Facebook y una larga batería de recursos que surgen siempre de mi relación con el campo en algo que podría definirse como métodos vernáculos. Es decir, métodos concretos que encuentran su inspiración en formas en las que mis informantes utilizan las tecnologías digitales. Si ellos se conectan, comunican y generan conocimiento sobre su práctica cotidiana utilizando determinado dispositivo, intento ajustarlo y transformarlo en herramienta de recolección (o presentación) de datos o en una forma de conectarme con ellos.

Desde hace unos años, sin embargo, he notado un desplazamiento o una concentración de posibilidades tecnológicas que antes se basaban en el uso de la computadora y que ahora han sido expandidas (o contraídas según se vea). En los últimos años, un instrumento se ha vuelto indispensable para los diversos trabajos de campo etnográficos en los que he estado involucrado: el teléfono celular; se ha

-

⁵ Aunque el juego de palabras no funciona en español lo que busco expresar es la imbricación entre las prácticas que se pueden observar a través de la pantalla y la compleja red sociotécnica que las posibilita, soporta y limita.



convertido en una de las tecnologías más usadas para casi todas las prácticas digitales. Este desplazamiento ocurre con —y en muchas ocasiones es causante de— un incremento en el interés por los métodos visuales (Bates, 2014; Mannay, 2016, Watt & Wakefield, 2017) y los métodos móviles (Büscher, Urry & Witchger, 2010). Desplazamiento que parece estar reconfigurando y acercando las posibilidades técnicas y metodológicas de lo visual y lo digital en lo etnográfico (Gómez Cruz, Sumartojo & Pink, 2017). En este sentido, los elementos visuales se han vuelto parte imprescindible de mi trabajo de campo, específicamente aquellos generados con mi teléfono celular (Gómez Cruz, 2016). Es precisamente a través de estas reflexiones visuales que me he dado cuenta de la importancia del teléfono celular en la investigación etnográfica digital. Por ello he denominado a esta propuesta —siempre emergente, siempre en progreso, no normativa—: etnografía celular; apenas un guiño conceptual pero que funciona por su doble acepción.

Si bien el celular no es la única tecnología digital, actualmente parece ser la más importante y extendida de las tecnologías de comunicación y mediación. En ese sentido, los teléfonos celulares ciertamente aparecen como relevantes en esta propuesta. Sin embargo, la doble acepción que me interesa es que celular, por un lado, se refiere claramente a los teléfonos celulares como objetos, instrumentos y campos (taxonomía sobre la que regresaré en un momento), pero por otra parte apela también a la misma raíz de la que obtienen su nombre los teléfonos móviles o inteligentes, esa unidad interconectada pero independiente, reticulada y escalable, unitaria pero múltiple: lo celular. Siguiendo con el guiño de la propuesta, propongo utilizar como unidades de reflexión, o células, elementos que en cada caso tengan sentido con respecto a las preguntas planteadas. En mi caso, algunas de las que he utilizado son: visualidad, movilidad, espacialidad, conectividad, sensorialidad, automatización, dataficación, entendiendo su conformación como prácticas. Si bien estos elementos no son mutuamente excluyentes ni los únicos que pueden ser investigados, sí presentan unidades de análisis complejas que parecen comunes a la mayoría de las prácticas digitales con teléfonos celulares, y por ello las propongo como el inicio de una conversación que a continuación expondré con más detalle.



ETNOGRAFÍA CELULAR, UNA INTERVENCIÓN EN LA ETNOGRAFÍA DIGITAL

En una serie de textos previos he esbozado la relación entre campo, objeto y técnicas de investigación para el trabajo etnográfico (Gómez Cruz & Ardèvol, 2013; Ardèvol, & Gómez Cruz, 2013). Este texto es una continuación de dichas reflexiones en la medida que busca reflexionar sobre el método etnográfico y su uso para el estudio de los objetos digitales.

Si bien hay una creciente y rica literatura que discute el uso del celular como instrumento de campo, especialmente en etnografías comerciales (Christensen, Mikkelsen, Nielsen & Harder, 2011; Hein, O'Donohoe & Ryan, 2011) y hav incontables foros, blogs y propuestas de cómo utilizar apps específicas para el trabajo etnográfico,6 esta propuesta se mueve en una dirección distinta y busca incorporar una reflexión sobre la constitución de un campo de estudio etnográfico en sí mismo, o, para ser más preciso, una aproximación al trabajo de campo etnográfico más allá de la tecnología específica que representa el teléfono celular. En este sentido, una etnografía celular no es (solo) aquella que utiliza una tecnología específica —el teléfono celular— para recolectar datos o que estudia cómo esa tecnología es utilizada por las personas. Propongo que una etnografía celular es aquella que relaciona, a través de diversos dispositivos teóricos y metodológicos, a la pregunta sobre la relación entre diversas células (visualidad, movilidad, espacialidad, conectividad, sensorialidad y automatización, etc.). Una propuesta que dé cuenta de las "capas de complejidad" en donde se construye la movilidad (Amit & Knowles, 2017). Hay conceptos en la literatura actual como el de affordances que no cuentan con una traducción directa al español. Si bien las células pueden ser definidas como posibilidades de acción (una definición cercana al concepto de affordance), no se reducen necesariamente, o solamente a ellas. Más adelante pondré algunos ejemplos que buscarán dejar clara esta distinción, basta decir que células son unidades de observación/acción/conjuntos de prácticas que pueden formar la base del trabajo etnográfico.

87

⁶ Ver por ejemplo http://antropologia2-0.com/es/aplicaciones-moviles-etnografia/



Si, como sugiere Burrell (2009), las etnografías contemporáneas cruzan distintas redes, y estudian predominantemente redes, quizá la más importante y transversal en sociedades urbanas sea la red de teléfonos celulares, porque en ella coinciden y se posibilitan muchas otras: la económica, la de comunicación, la de movilidad, la personal, la de producción de "data", etc. El mundo urbano contemporáneo puede no ser (solo) móvil, pero es definitivamente celular en su configuración y la de sus posibilidades.

Es precisamente la maleabilidad y la multidimensional presente en el concepto de celular lo que me atrae de su uso. La etnografía celular puede entenderse en tres formas distintas: 1) como una etnografía que busca entender a los teléfonos celulares como objeto de investigación (las rutinas, prácticas y usos de personas que hacen de ellos); 2) como una etnografía sobre fenómenos que suceden a través de estos usos (las selfies, el sexting, los juegos móviles, los medios locativos, etc.). En esta segunda opción los celulares son el campo en donde analizamos los fenómenos que nos interesan; y, finalmente, hay una tercera dimensión, 3) la etnografía celular entendida como una etnografía cuyo instrumento teórico metodológico es precisamente la sinergia entre el campo y el objeto a partir de la descripción de determinadas células. En esta tercera dimensión, una etnografía celular sería aquella en la que lo celular es el método. Si bien esta distinción es ciertamente porosa y no excluyente — de hecho, en una gran mayoría de los casos habrá elementos y variadas combinaciones de las tres dimensiones — incluso más, quizá la clave está precisamente en la combinación de ellas. La división entre "lo digital" como método, objeto y campo ha sido siempre porosa y múltiple. La cuestión se vuelve relevante cuando nos preguntamos no solo por lo que hacen las personas con sus celulares sino cuándo, cómo, dónde y por qué son usados. Más aún, qué apps, mensajes y prácticas tienen a los celulares como su vértice. En ese sentido, comenzamos a dar cuenta de la compleja relación entre humanos y no-humanos. Sin embargo, a efectos de esta propuesta me enfocaré en la tercera acepción, por ser la menos discutida en la literatura.

Hay, además, una razón importante para escoger el término *celular*, lo celular también es una forma de descolonizar el debate. Mientras que en España (y en la mayoría de países angloparlantes) a los celulares se les llama *móviles*, al recuperar el



término *celular* —de mayor uso en Latinoamérica— se establece, por un lado, una crítica a la relación implícitamente positiva entre el uso de una tecnología y sus posibilidades (por ejemplo, los celulares causan movilidad) y, por otro, se busca construir teóricamente el fenómeno desde nuestras realidades locales y regionales. Por ello, es importante pensar críticamente el concepto de movilidad en relación a los celulares porque éste tiene al menos tres dimensiones: la del investigador y su proyecto, la de los informantes y sus prácticas y la de los datos/infraestructuras. El teléfono celular se encuentra en la intersección de todas estas movilidades, pero no por ello genera en sí mismo un resultado positivo. En otras palabras, los celulares no siempre generan una mayor movilidad (social, espacial o económica) (véase Thornham y Gómez Cruz, 2016).

Así, el concepto de *celular* es más neutral, más local y está desprovisto de un determinismo implícito o de un sentido positivo preestablecido. Lo *celular* se puede pensar en relación a una unidad mínima de vida, pero también puede hacer referencia a lo cancerígeno. Algunos autores han utilizado el concepto *smart ethnographies*, pero me parece que etnografía celular funciona mejor en el contexto latinoamericano por dos razones: primero, reconoce la multiplicidad de aparatos y tecnologías, puede haber teléfonos celulares que no sean *inteligentes*. Pero más importante aún, *etnografía celular* se propone como un dispositivo metodológico-conceptual que incorpora no sólo la tecnología utilizada sino la fragmentación y ensamblaje múltiple de los objetos y campos estudiados, de las *células* que se investiga.

Propongo entonces que es fundamental, más que nunca, el rol activo del investigador o investigadora y su *reflexividad tecnológica*, la cual debe estar en el centro del proceso mismo de investigación. Resulta útil en muchas ocasiones el cambiar la mirada para refrescar lo que pensamos, de ahí que señalar como *celular* lo que implicamos no es necesariamente un nuevo objeto (el teléfono) sino una nueva forma de aproximarnos para entenderlo y situarlo en una dimensión y lenguaje acorde con su epistemología.

Hay otro motivo por el cual la idea de celular cobra sentido y tiene que ver con la constitución del campo etnográfico y la consiguiente separación entre lo *offline* y lo *online*. Esta distinción sigue siendo organizadora, en muchas ocasiones incorrectamente, del trabajo etnográfico. Discutir lo *online* y lo *offline* es



especialmente complicado cuando se estudian los celulares, basta ver cómo constantemente la pantalla es usada como un elemento en la interacción cara a cara (en cualquier restaurante), o cómo la gente suele mandarse mensajes o enlaces para comunicar su posición geográfica. A la pregunta "¿Ya viste tal cosa en Facebook?", la respuesta suele ser voltear y mirar la pantalla. Lo *celular* permite romper con la idea de lo *online* y lo *offline* (y más aún con lo *virtual* o lo *ciber*) y situar la sociabilidad digital en los contextos físicos donde sucede mientras que, al mismo tiempo, se da cuenta de las transformaciones en los espacios físicos gracias a las prácticas digitales con celulares.

Hay varios ejemplos que resultan pertinentes y que, aunque no son necesariamente específicos a Latinoamérica son, sin duda, culturalmente apropiados de manera muy particular en la región. Quizá el ejemplo paradigmático sea WhatsApp, una de las tecnologías más importantes en la organización de lo cotidiano que, sin embargo no ha sido estudiada a fondo. WhatsApp, un fenómeno/tecnología, claramente celular presenta un ejemplo interesante que puede ser analizado en varias dimensiones. No solo es un canal de comunicación constante que se amolda a y, a la vez, permite la constitución de distintas redes (sociales, comerciales, políticas, de sentido), cada vez es más usado como un canal de comunicación con y por empresas y gobiernos y diversos tipos de transacciones (comunicativas, económicas, etc.). La fluidez de su uso, su impacto y presencia cotidianos lo hacen un ejemplo interesante de un fenómeno típicamente celular que puede ser estudiado como objeto, usado como campo para estudiar algún fenómeno específico y construido como método (para entrevistar, contactar, conectar). Otro ejemplo de estudio de lo celular es la creciente visualidad posibilitada por los teléfonos de última generación, tanto por las formas de comunicación y relación con sistemas de automatización y datificación como por las posibilidades de su uso como instrumento de investigación.

Finalmente, lo celular, como concepto teórico-metodológico, resulta útil para estudiar las prácticas digitales porque permite dar cuenta de los tránsitos (Gutiérrez, 2016) y las trayectorias (Gómez Cruz, 2016), de los espacios entremedio, en movimiento. Pero, sobre todo, de los intersticios, lo inacabado, lo intermitentes, lo que está en flujo y en proceso de ser. En la siguiente sección discutiré algunos



ejemplos de cómo se ha utilizado la aproximación *celular* en el trabajo etnográfico digital.

DE LO DIGITAL A LO CELULAR: TALLERES DE ETNOGRAFÍA COMO ESTUDIOS DE CASO

Las reflexiones que presento en este texto se basan sobre todo en una serie de talleres de etnografía digital que he facilitado en Australia, México, Perú y Brasil. Estos talleres tuvieron como objetivo establecer una introducción a la relación entre el método etnográfico y el estudio de lo digital. En estrecha conexión, pero en sentido complementario, hay un segundo componente que ha sido implícitamente parte de los talleres y que consiste en utilizar diversas herramientas digitales para el trabajo etnográfico, particularmente una, el teléfono celular. Tal como mencioné en el apartado anterior, lo celular se ha detonado como objeto, campo y herramienta en los distintos talleres y proyectos. Los talleres, con distinta duración (de dos a veinte horas), han tenido siempre un componente práctico -quizá la única forma de aprender a hacer etnografía en realidad- y los asistentes a los talleres han realizado su ejercicio en equipo. Aunque esta configuración se debió sobre todo a las limitaciones de tiempo y el tamaño de los grupos, en realidad es cada vez más común en los proyectos de investigación actuales que se hagan en equipo. Esta misma limitación de tiempo tuvo como consecuencia que en algunos talleres, el tema a estudiar estuviera predeterminado (por ejemplo: la comida) mientras que en otras ocasiones eran los mismos equipos quienes escogían el tema a investigar. Sin embargo, en todos los casos los equipos eran libres de llevar a cabo su proyecto en su lugar de preferencia, la única condición es que tenían que escoger un "punto de partida" para la construcción del campo. Este punto de partida podía ser una plataforma online (Facebook, Instagram, Tripadvisor, etc.) o un espacio físico (la cafetería, el mercado, el campus, etc.). La mayoría de equipos escogieron distintos puntos. Sin importar si el inicio de la construcción del campo era en un lugar físico o en una plataforma de redes sociales, la descripción de las conexiones entre las distintas células, la construcción del objeto mismo, siempre tuvo elementos tanto online como offline, evidenciando que en la investigación con grupos urbanos es casi imposible no tomar en cuenta sus prácticas digitales y, al mismo tiempo, que la investigación sobre prácticas digitales requiere, en una gran proporción, tomar en cuenta los espacios físicos en los que se desenvuelven. La etnografía digital ha



alcanzado a la etnografía sin apellidos. Es curioso cómo en casi todos los cursos que di los equipos acabaron preguntándose no por las prácticas reducidas a lo digital o a la descripción del uso de cierta tecnología, sino por cuestiones que resuenan y tienen el peso en la ciencia social más tradicional. Sin importar si los equipos utilizaban Facebook, o el café de la esquina, las preguntas de investigación terminaban siendo siempre sobre temas mucho más profundos que la mera descripción de los usos de cierta tecnología. La espacialidad, el poder, la producción de discursos, la socialidad, la normatividad o las inequidades fueron algunos de los temas que se discutían a partir del análisis de mensajes dejados en los baños públicos, un cruce peatonal en el campus, el uso de un determinado hashtag, el tratamiento de los residuos de una cafetería o los memes subidos a un grupo de Facebook. Era a partir de la descripción de la conexión entre las distintas células estudiadas que los hallazgos iban adquiriendo mayor peso teórico. Si bien este proceso es común en la ciencia social, lo que busco recalcar con ello es la relevancia que cobra en el trabajo etnográfico celular. Como si de piezas de lego se tratara, lo celular descriptivo lograba constituir organismos teóricos más avanzados. Por un lado, lo digital se ha filtrado hasta en los últimos rincones de nuestra cotidianeidad y, por otro, parece difícil responder a las grandes preguntas de la ciencia social sin tomar en cuenta la creciente importancia de las prácticas digitales, las infraestructuras de comunicación, la automatización, el data, la visualidad, etc.

Lo que aprendí de todas estas experiencias es la importancia de la articulación entre las tecnologías que estudiamos y que en la mayoría de ocasiones son las mismas que utilizamos para estudiarlas. De ahí que el concepto de *celular* sirva como una intervención, no solo para preguntarnos sobre dichas tecnologías como parte de nuestros objetos de investigación, sino para detonar la importancia de una *reflexividad tecnológica*. En ese sentido, algunos de los ejemplos que voy a discutir a continuación pueden servir como pistas de la importancia de tres elementos que son claves para entender la propuesta de etnografía celular, que no son los únicos, pero por motivos de espacio serán los únicos que discutiré en este texto: la espacialidad, la movilidad y la conectividad.



En las experiencias de Brasil y Perú, les pedí a los participantes de los talleres que crearan grupos de WhatsApp, uno por su equipo específico y uno general para preguntas y logística de todos los asistentes al curso. La idea surgió de la misma observación de las prácticas de los miembros en talleres previos que, cuando necesitaban dividirse utilizaban WhatsApp para comunicarse. Los grupos de WhatsApp servían para tener una inmersión completa que muchas veces tenía una temporalidad específica y que generaba una conexión con el campo y en el campo. Por ejemplo, uno de los equipos hizo un trabajo sobre la carne. Ellos escogieron el mercado como punto de partida de su observación (el tema general de la investigación era la comida), específicamente la carnicería, un ejemplo contradictorio para mí por ser vegetariano. El equipo hizo buenas migas con el carnicero y mientras un par de miembros del equipo lo entrevistaba y tomaban fotos de la carnicería, un par más buscaba, usando mapas y enlaces, los mataderos y granjas que el carnicero había señalado que utilizaba. Todo esto en distintas locaciones físicas y en tiempo real. El equipo intercambiaba fotos, notas y entrevistas. Los que estaban físicamente en el mercado observaban y contactaban con personas acerca de su consumo de carne mientras que aquellos que se habían quedado en el aula conectaban y analizaban plataformas y mensajes en línea sobre lo mismo. El resultado final, de un ejercicio de apenas dos horas daba cuenta, por un lado, de la compleja infraestructura y logística requerida para que la carne llegara al mercado y las prácticas de consumo de quienes asistían al mismo. Las células en las que centraron su análisis fueron: la distribución (de dónde viene la carne); la presencia digital (de la carnicería, el mercado y la empresa de distribución de carne); y, el mercado como espacio. Era en la intersección de la movilidad (la de los investigadores, pero también la de la carne, los mensajes, los pedidos, los clientes), la espacialidad (del mercado, la distancia entre las granjas y proveedores, del barrio, etc.) y la conectividad (de los miembros del equipo, del carnicero con sus proveedores y clientes, de las granjas, del público a través de sus páginas web y perfiles de Facebook) que lo celular cobraba un sentido holístico. Partiendo de la simple pregunta ¿qué se puede comprar en el mercado? Se llegaba, mediante un intrincado análisis etnográfico celular que se construía, a partir de mensajes, conexiones y formas de datos, en una sesuda y aguda reflexión sobre la sociedad de consumo, la explotación animal y el rol de las tecnologías digitales en la configuración de la cotidianeidad. Lo celular, de esta forma, daba cuenta de lo



cotidiano, lo que se escapa, lo que es pasajero y fugaz, lo visible (e invisible) y lo imaginado.

Un segundo ejemplo surge de un equipo en Brasil que hizo su ejercicio de investigación sobre las fotografías que personas que frecuentaban gimnasios subían a Instagram. Su interés estaba puesto en el cuerpo y la auto-representación. Después de analizar imágenes, inicialmente utilizando solo el teléfono, pensaron que visitar un gimnasio podía ser una buena idea. Fue cuando fueron a un gimnasio local que se dieron cuenta de la compleja práctica que implicaba, por un lado, la construcción de una estética del cuerpo y, por otro, el rol que los teléfonos celulares, la visualidad y el emplazamiento específico (enmarcado por una cultura como la brasileña) jugaban en la práctica. La mera observación de las imágenes en línea era apenas una parte de un complejo entramado sobre capital simbólico, tecnologías del cuerpo, discursos sobre el poder y la visualidad. Fue a partir de la observación *celular*, utilizando teléfonos como instrumento de campo, pero sobre todo pensando en las distintas conexiones que la práctica de subir fotos a Instagram implicaba que el ejercicio dio como resultado una serie de reflexiones sobre la importancia de la visualidad en los discursos de poder sobre el cuerpo.

Estos son apenas dos ejemplos de cómo, la articulación del trabajo de campo en células para comprender fenómenos complejos a partir de preguntas sencillas, puede ser útil para llevar a cabo proyectos de etnografía digital. En ese sentido, el teléfono celular, como instrumento de campo, pero también como articulador y conector de dichas células, como tecnología de investigación, está en el centro de esta propuesta.

CONCLUSIONES

Los datos señalan que la penetración de telefonía celular en países de habla hispana, incluyendo un creciente número de *smartphones* está llegando a un importante sector de la población. Las estadísticas de uso apuntan hacia la normalización de dicha tecnología incluso en sectores con pocos recursos económicos.

Este texto es apenas una modesta propuesta, delineada más que profundizada, de cómo se puede incorporar reflexivamente la idea de *lo celular* en el trabajo de campo



etnográfico sobre lo digital. Se propone el uso del celular como objeto y como campo, por su facilidad para la recolección de datos, pero sobre todo porque se sitúa en el vértice de distintas redes que confluyen en su uso. Sin embargo, se propone además pensar en el celular, o lo celular, como método de indagación para dar cuenta de fenómenos complejos, pasajeros, momentáneos, en evolución. Se buscan con ello dos objetivos: primero, un acercamiento crítico a las posibilidades tecnológicas, una reflexividad tecnológica; v, segundo, una propuesta de experimentación metodológica a partir de una tecnología de uso cada vez más común. Extender nuestro arsenal metodológico con el uso creativo de las posibilidades tecnológicas a nuestro alcance, nos permite también preguntarnos sobre nuestros métodos y teorías. A final de cuentas, esta es apenas una invitación para despertar la imaginación (etnográfica, sociológica, antropológica, tecnológica) y a utilizar los recursos disponibles para ello mientras que, al mismo tiempo, reflexionemos conjuntamente sobre la creciente relevancia de las tecnologías digitales en el proceso de investigación. Finalmente, propongo que la etnografía celular también representa una serie de posibilidades para culturas académicas emergentes, una posible forma de ofrecer un contrapeso a las múltiples carencias con fórmulas más creativas y relevantes en nuestros países, una invitación a imaginar una ciencia social que analice la cultura digital latinoamericana. Lo que está en juego no solo son las formas de generar conocimiento sino nuestra capacidad de intervenir, dirigir y construir formas de conocimiento acordes con nuestras realidades locales y regionales. Y, sobre todo, una forma de legitimar una cultura académica propia en diálogo con otras geografías epistemológicas.

REFERENCIAS

- Aguilar, N. (2017). Ciberactivismo y olas de agitación comunicativa. Consideraciones etnográficas. *Íconos. Revista de Ciencias Sociales*, *59*, 123-148.
- Amit, V., & Knowles, C. (2017). Improvising and navigating mobilities: Tacking in everyday life. *Theory, Culture & Society*. doi:10.1177/0263276417724876
- Ardèvol, E., & Gómez Cruz, E. (2013). Digital ethnography and media practices. En Fabienne Darling-Wolf (Ed.), *The international encyclopedia of media studies: Research methods in media studies*. Volume 7. Hoboken, NJ: Wiley-Blackwell.



- Back, L., & Puwar, N. (2012). A manifesto for live methods: provocations and capacities. *The Sociological Review*, 60(S1), 6-17.
- Balsamo, A. (2012). I Phone, I Learn. En P. Snickars & P. Vonderau (Eds.), *Moving data. The iPhone and the future of media* (pp. 251-264). Nueva York: Columbia University Press.
- Bates, C. (2014). Video methods: Social science research in motion. Londres: Routledge.
- Burrell, J. (2009). The field site as a network: A strategy for locating ethnographic research. *Field Methods*, *21*(2), 181-199.
- Büscher, M., Urry, J., & Witchger, K. (Eds.). (2010). Mobile methods. Londres: Routledge.
- Cariño, G., & Ramírez, R. (2017). La presencia del sector agrícola en las redes sociales: un análisis etnográfico digital. *Virtualis*, 7(14), 222-244.
- Christensen, P., Mikkelsen, M.R., Nielsen, T.A.S., & Harder, H. (2011). Children, mobility, and space: Using GPS and mobile phone technologies in ethnographic research. *Journal of Mixed Methods Research*, *5*(3), 227-246.
- Delfa, C. V., & Cantamutto, L. (2016). De Participante a observador: el método etnográfico en el análisis de las interacciones digitales de WhatsApp. *Tonos Digital*, *31*, 1.
- Di Prospero, C. (2017). Antropología de lo digital: construcción del campo etnográfico en co-presencia. *Virtualis*, 7(15).
- Gómez Cruz, E. (2016). Trajectories: digital/visual data on the move. *Visual Studies*, *31*(4), 335-343.
- Gómez Cruz, E. (2012). De la cultura Kodak a la imagen en red. Una etnografía sobre fotografía digital. Barcelona: Editorial UOC.
- Gómez Cruz, E. (2003). *Cibersexo: ¿la última frontera del Eros? Un estudio etnográfico*. Colima: Universidad de Colima.
- Gómez Cruz, E., & Ardèvol, E. (2013). Ethnography and the field in media(ted) settings: A practice theory approach. *Westminster Papers in Communication and Culture*, 9(3), pp: 27-46.
- Gómez Cruz, E. y Siles, I. (en prensa). Digital Culture in the Americas. En José Carlos Lozano (Ed). *The Routledge handbook on culture and media of the Americas*. Londres: Routledge.
- Gómez Cruz, E., Sumartojo, S., & Pink, S. (Eds.). (2017). *Refiguring techniques in visual digital research*. Londres: Palgrave.



- GSMA. (2016). *La Economía Móvil. América Latina 2016*. Retrieved from https://www.gsma.com/latinamerica/wp-content/uploads/2016/09/ME LATAM 2016-Spanish-Report-FINAL-Web-Singles
 - content/uploads/2016/09/ME_LATAM_2016-Spanish-Report-FINAL-Web-Singles-1.pdf
- González, L. J. & Servín, A. (2017). Métodos cualitativos digitales: un acercamiento a la antropología digital y otras posturas de investigación online. *Virtualis*, 7(15).
- Gutiérrez, A. P. (2016). Etnografía móvil: una posibilidad metodológica para el análisis de las identidades de género en Facebook. *Revista Interdisciplinaria de Estudios de Género de El Colegio de México*, 2(4), 26-45.
- Hein, W., O'Donohoe, S., & Ryan, A. (2011). Mobile phones as an extension of the participant observer's self: Reflections on the emergent role of an emergent technology. *Qualitative Market Research: An International Journal*, 14(3), 258-273.
- Hine, C. (2015). *Ethnography for the internet: Embedded, embodied and every day*. Londres: Bloomsbury Publishing.
- Hjorth, L, Horst, H., Galloway, A., & Bell, G. (Eds.). (2017). *The Routledge companion to digital ethnography*. Londres: Routledge, Taylor & Francis.
- Kozinets, R. V. (2010). Netnography: Doing ethnographic research online. Londres: Sage.
- Law, J. (2004). After method: Mess in social science research: Londres: Routledge.
- Lemus, M. (2015). Reflexiones en torno a la aproximación biográfica y la etnografía virtual como estrategias para estudiar la apropiación de las tecnologías digitales e Internet por parte de jóvenes. Trabajo presentado en las IV Jornadas Internas del CIMeCS, en La Plata, Argentina.
- Lury, C., & Wakeford, N. (2012). *Inventive methods: The happening of the social*. Londres: Routledge.
- Kubitschko, S., & Kaun, A. (2016). *Innovative methods in media and communication research*. Nueva York: Springer.
- Mannay, D. (2016). Visual, narrative and creative research methods: Application, reflection and ethics. Londres: Routledge.
- Osorio, F. (2017). El uso de teléfonos móviles como herramientas de apoyo a la investigación social. *Revista Latinoamericana de Metodología de la Investigación Social*, 13, 23-32.
- Pink, S., Horst, H., Postill, J., Hjorth, L., Lewis, T., & Tacchi, J. (2015). *Digital ethnography: Principles and practice*. Londres: SAGE.
- Rogers, R. (2013). Digital methods. Cambridge MA: MIT Press.



- Siles, I., Méndez, A., & Espinoza, J. (2017). *Research on communication technologies in Latin America: A critical analysis of literature (2005-2015)*. Trabajo presentado en la Annual Meeting of the International Association for Media and Communication Research, en Cartagena, Colombia.
- Thornham, H., & Gómez Cruz, E. (2016). [Im] mobility in the age of [im] mobile phones: young NEETs and digital practices. *New Media & Society*, *19*(11), 1794-1809. doi:10.1177/1461444816643430.
- Thrift, N. (2008). Non-representational theory: Space, politics, affect. Londres: Routledge.
- Vannini, P. (Ed.) (2015). *Non-representational methodologies: Re-envisioning research*. Londres: Routledge.
- Watt, S., & Wakefield, C. (2017). *Teaching visual methods in the social sciences*. Londres: Routledge.