



LA MEDIACIÓN TECNOLÓGICA EN LA PRÁCTICA ETNOGRÁFICA

Elisenda Ardèvol, Adolfo Estalella
Daniel Domínguez (Coordinadora/es)

5

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
Universidad Nacional de Educación a Distancia

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 muchos 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