

Etnografía digital: análisis bibliométrico en la comunicación iberoamericana

Digital ethnography: bibliometric analysis in Ibero-American communication field

Recibido: 28/09/2023
Aceptado: 30/11/2023
Publicado: 29/12/2023

Leticia Quintana-Pujalte
Correspondencia: l.quintanapujalte@uma.es
<https://orcid.org/0000-0002-1834-283X>
Universidad de Málaga, España

Marina Ramos-Serrano
mramos@us.com
<https://orcid.org/0000-0001-6871-9239>
Universidad de Sevilla, España

Resumen

El auge de la era digital presenta un desafío significativo para la adaptación de los métodos de investigación en ciencias sociales. El objetivo general es conocer la situación de la etnografía digital como técnica de investigación en comunicación en el ámbito iberoamericano. Utilizando un enfoque bibliométrico, se analizan las publicaciones indexadas en bases de datos globales y regionales reconocidas, como Scopus, Latindex y Web of Science. Además de identificar el enfoque, se ubican las figuras influyentes y los marcos conceptuales predominantes, en esta área, en la actualidad. Con los resultados se determina lo siguiente: eficacia de la etnografía para analizar comunidades digitales y relaciones entre usuarios; la etnografía digital necesita consolidar sus fundamentos epistemológicos en el contexto iberoamericano; se observa un marcado uso de contribuciones teóricas fuera de la región; la mayoría de estudios iberoamericanos que emplean la etnografía digital como método corresponden a mujeres, lo que se considera positivo al favorecer la diversidad y equidad en la producción científica.

Para citar este artículo:

Quintana-Pujalte, L. y Ramos-Serrano, M. (2023). Etnografía digital: análisis bibliométrico en la comunicación iberoamericana. *Correspondencias & Análisis*, (18), 13-41. <https://doi.org/10.24265/cian.2023.n18.01>

© Los autores. Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons Atribución 4.0 Internacional (CC - BY 4.0).



Palabras clave: etnografía digital, estudio bibliométrico, revistas académicas, factor de impacto, contexto iberoamericano.

Abstract

The rise of the digital age has presented a significant challenge for social science research methods to adapt. Among the numerous theoretical and methodological approaches under discussion, this article examines the current situation of studies that use digital ethnography as an approach in Ibero-America. From a bibliometric method the objective is to analyze publications indexed in renowned global and regional databases, such as Scopus, Latindex and Web of Science. The purpose is to identify the approaches, influential figures and conceptual frameworks predominant in this area today. The results reveal that, despite its effectiveness in analyzing digital communities and relationships between users, digital ethnography needs to consolidate its epistemological foundations in the Ibero-American context. A marked use of theoretical contributions from outside the region is observed. However, it is encouraging to note that in Ibero-American studies that use digital ethnography, the prominent figures are women, which contributes positively to diversity and equity in scientific production in this area.

Keywords: digital ethnography, bibliometric study, academic journals, impact factor, Ibero-American context.

Introducción

El estudio de prácticas culturales y discursivas, de relaciones de poder y vulnerabilidad, así como el de la construcción de identidades se reviste de diversos desafíos con la hegemonía digital. La centralidad en este aspecto en la cotidianidad interpela constantemente, y exige adaptar conceptos y métodos a la nueva realidad virtual que, ya bien entrados en el siglo XXI, ni es tan nueva ni tan virtual.

En la presente investigación se pone en relieve los diálogos teóricos y metodológicos dentro de las ciencias sociales que generan las transformaciones tecnológicas desde fines del siglo pasado hasta la actualidad. La mirada se dirige a

los enfoques y técnicas que ofrece la etnografía como método para analizar y describir las características de un grupo de individuos a partir de sus acciones, experiencias, valores, perspectivas y motivaciones en un contexto determinado por el ecosistema digital (Katz, 2015). En este marco, el objetivo general es conocer la situación de la etnografía digital como método de investigación en comunicación en el ámbito iberoamericano.

Se tiene en cuenta que los enfoques metodológicos cualitativos centrados en conocer las realidades sociales han suscitado debates en torno a la vigencia o adaptación de los diversos métodos de investigación en la sociedad red (Castells, 2006). Para los fines de este estudio, interesa conocer cómo ha evolucionado, o no, el método etnográfico en un momento histórico, como la cuarta ola digital (García-Orosa, 2021). Este escenario se caracteriza por la emergencia y consolidación del Internet de las cosas, la inteligencia artificial, el uso y explotación del *big data*, y la plataformización del mundo de la vida (Van Dijck et al., 2018). A partir de lo cual se vienen abriendo numerosas aristas de investigación.

Por ejemplo, en el ámbito anglosajón existen estudios que llevan varios años generando diálogos al respecto. Allmann y Blank (2021) analizan las competencias comunicativas que exige este patrón global digital y, sobre esto, se interesan por renovar y adaptar la metodología para observar el desarrollo de habilidades que demanda el escenario actual. En este camino, Allmann y Blank (2021) contribuyen al debate metodológico sobre el uso y apropiación de la etnografía en el espacio digital, con la creación del «método etnográfico informado» (p. 643).

Góralaska (2020), en la línea de análisis de la etnografía digital, ofrece perspectivas plausibles para contrarrestar los problemas ocasionados por la crisis sanitaria en la práctica de la investigación de los antropólogos. En este esfuerzo, Góralaska (2020) establece criterios de rigurosidad científica en el marco de una etnografía digital que debe adaptarse al impredecible y obligado escenario de confinamiento que se vivió –con diversas duraciones en cada territorio– por la pandemia de COVID-19.

Otra perspectiva sobre aspectos éticos de la investigación etnográfica vinculada a las poblaciones vulnerables, la brindan Thompson et al. (2021), cuando plantean que existen ciertos desarrollos tecnológicos que permiten recolectar datos sensibles de usuarios en la web que, desde un punto de vista ético, podrían generar conflictos vinculados a la seguridad y privacidad de esos usuarios.

En un ámbito distinto, en Australia, Richardson y Hjorth (2019) exploran la interacción del juego dentro y alrededor de las interfaces hápticas; ellos consideran que la tactilidad y la intimidad de los dispositivos móviles se incorporan a las interacciones de maneras nuevas y a menudo impredecibles, y que por medio de un estudio etnográfico de estas prácticas en el propio lugar se comprende e interpreta mejor el complejo manejo de los medios móviles en la vida cotidiana.

Asimismo, se encuentran trabajos en países como Dinamarca, Estados Unidos y China. En este último, Lai et al. (2019) adoptan una posición a favor de una etnografía comparada de la comunicación, que enfatice el estudio de la interacción entre medios, plataformas y contextos; un enfoque centrado en las personas, con una novedosa propuesta para mapear y analizar el uso de los medios digitales y los datos de seguimiento digital como parte de una visión holística de las prácticas comunicativas individuales, considerando que «las experiencias en línea y fuera de línea no se pueden explicar por separado» (p. 155).

Por lo tanto, el actual escenario digital y el uso de los medios digitales, en particular, necesitan de nuevos planteamientos metodológicos en el campo de la investigación en comunicación. En este sentido, el método etnográfico emerge con técnicas accesibles y, en general, eficaces para dar respuesta a estudios sobre prácticas, discursos e identidades relacionadas con la tecnología o las redes sociales. Las investigaciones que se pueden ubicar corresponden a distintas áreas, entre ellas, el de las comunicaciones; de igual forma, proceden de diversos ámbitos y contextos. Para fines del presente estudio, interesa el sector específico de la comunicación en el ámbito iberoamericano.

Un repaso etnográfico

La práctica etnográfica y su historia se remonta a las crónicas de viajeros y exploradores que describían diversos aspectos de los grupos étnicos de los nuevos territorios a los que llegaban, debido al proceso de expansión de los imperios del momento. Bautizada de esa manera a fines del siglo XVIII, la técnica etnográfica consistía en describir rasgos característicos de tribus o pueblos, y su sistematización en tanto enfoque científico se consolida entre 1880 y 1910 (Guber, 2011). La antropología es la que la incorpora como tal y es Malinowski quien la destaca como referente entre los métodos de las ciencias sociales en 1922 con la publicación del texto «Los Argonautas del Pacífico occidental» (Malinowski y Frazer, 1986).

Precisamente, la antropología dentro de las ciencias sociales se bifurca en dos escuelas predominantes, la británica, que aboga por una antropología social, y la estadounidense, que propone una antropología de tipo cultural. En este periodo, la observación participante y el trabajo de campo comienzan a acreditarse como técnicas de recolección de información sistemática en el ámbito científico. Pero, a mediados del siglo XX, surge la vertiente francesa, que aporta el enfoque lingüístico a los estudios antropológicos. Lévi-Strauss (1978, 1990), mediante su lectura detallada de Ferdinand de Saussure, propone abogar por la relevancia que tiene el modelo lingüístico para la antropología y la práctica etnográfica, por sobre los determinantes biológicos o psicológicos.

La escuela estadounidense, como se indicó de tipo cultural, se inició en Chicago, donde el trabajo de campo se desplegó ampliamente. El estudio que comienza a desarrollarse en la ciudad –a diferencia de lo que sucedía en la observación de etnias y pueblos lejanos– se enfocaba en analizar minorías sexuales o colectivos vulnerables económicamente, así como grupos marginales –políticos o culturales– en una urbe en ebullición, debido a las corrientes migratorias que surgieron en Estado Unidos a principios del siglo XX. La escuela de Chicago, como se conoce actualmente a esta corriente, se consolidó como un espacio de crecimiento de técnicas aplicadas a una sociología urbana (Azpúrua, 2005). Se destacan la observación participante, el trabajo de campo y la interpretación como modelo de comprensión de la realidad social. Blumer (1982) señala que la influencia del interaccionismo simbólico otorga unicidad a las prácticas de investigación en la escuela de Chicago, e impacta de lleno en los modos de comprender la producción de significaciones sociales a partir de las interacciones de los actores. Esta escuela también se distingue por la incorporación de otras técnicas, como los cálculos demográficos (Guber, 2011).

Se debe tener claro que la etnografía tiene una triple acepción, ya que es enfoque, método y texto (Guber, 2011). En este sentido, el enfoque que propone el método etnográfico se vincula a «comprender los fenómenos sociales desde la perspectiva de los agentes, actores o sujetos sociales» (Guber, 2011, p. 16). Por ello, la capacidad de descripción de los fenómenos se constituye en un aspecto fundamental de la perspectiva etnográfica. Como sostiene Guber (2011), «una buena descripción es aquella que no los malinterpreta, es decir, que no incurre en interpretaciones etnocéntricas, sustituyendo su punto de vista, valores y razones, por el punto de vista, valores y razones del investigador» (pp. 16-17). Además, esta descripción debe acompañarse de la interpretación de los fenómenos, otro rasgo particular del método

etnográfico. La importancia de la interpretación en la descripción radica en que la interpretación busca reconocer los marcos a partir de los cuales los comportamientos, acciones y discursos se cargan de sentido.

La entrevista en profundidad y la observación participante se destacan como elementos constituyentes del método etnográfico; entre la diversidad de instrumentos que ofrece el enfoque cualitativo. Quien observa debe lograr la inmersión en las actividades de un grupo con el objetivo de comprender la lógica cultural que da sentido a su comportamiento, creencias, rituales, roles sociales y otros aspectos de sus vidas como integrantes de grupos particulares. A partir de esta técnica, se producen datos sobre las prácticas observadas, a la vez que quien observa participa en los escenarios donde esas prácticas cobran sentido (Ardévol y Gómez-Cruz, 2014; Jociles-Rubio, 2018). Ambos instrumentos se combinan para interpretar de manera holística los procesos en estudio; «si bien la observación participante permite al etnógrafo conocer la vida, normas, valores y dinámicas de un grupo, la entrevista en profundidad es una puerta de entrada a las percepciones y significados que los encuestados atribuyen a sus acciones» (Ardévol y Gómez-Cruz, 2014, p. 13).

En síntesis, el método etnográfico emerge de la antropología cultural, aunque toma vuelo propio a lo largo de su historia, y su encuentro con las teorías sociológicas y la influencia del interaccionismo simbólico, mencionado antes, abre panoramas de investigación en diferentes latitudes.

Una interesante recopilación sobre los estudios que se dedican a analizar fenómenos desde la etnografía y la antropología cultural en América Latina la ofrece Juncosa (2010), quien propone identificar «las dimensiones epistemológicas, metodológicas e instrumentales de diversas prácticas etnográficas relevantes para la producción de *actorías* sociales» (p. 16). Juncosa (2010) considera las experiencias latinoamericanas de investigación etnográfica y propuestas teóricas, innovadoras y relevantes, aplicadas a diversos aspectos como la interculturalidad, procesos sociopolíticos de toda índole (movimiento indígena, movimientos sociales emergentes, violencia institucionalizada), así como también antropología urbana, migración, territorialidad, entre otros.

En cuanto a investigaciones vinculadas específicamente con la etnografía digital como método se puede mencionar la de Castillo-Torres et al. (2019), cuyo objetivo es reconocer comportamientos de comunidades indígenas digitales de Arequipa, que

estén vinculados al uso del videojuego World of Warcraft. Identifican en los participantes «nuevas formas de apropiación y construcción de conceptos culturales que son producto de la experiencia en realidades digitales locales y particulares» (Castillo-Torres et al., 2019, p. 32).

Otro de los estudios publicados en la región es el de Gómez (2017), en el que plantea el posicionamiento conceptual, metodológico y experimental de lo que considera «etnografía celular» (p. 82). El enfoque se motiva por el alto grado de penetración de los *smartphones* en la población, desde donde se propone «pensar en el celular o lo celular, como método de indagación para dar cuenta de fenómenos complejos, pasajeros, momentáneos, en evolución» (Gómez, 2017, p. 95). Delfa y Cantamutto (2016) utilizan este enfoque para describir e interpretar las interacciones que se dan en el marco del uso de Whatsapp; Gutiérrez (2016) opta por el enfoque etnográfico para investigar en comunidades de Facebook, donde interpreta las prácticas de construcción de identidades de género. Se encuentra coincidencia, también, con Aguilar-Forero (2017), que analiza los usos y apropiaciones de tecnologías digitales en la organización Hijos e Hijas por la Identidad y la Justicia contra el Olvido y el Silencio (H.I.J.O.S.), de Bogotá, y busca reconocer los rasgos y sentidos de las acciones en contextos de activismo.

Como se aprecia, son solo algunas de las investigaciones que utilizan la etnografía digital para aproximarse a sus objetos de estudio, se pueden encontrar más en otros campos y contextos, y se requiere mayor información de la etnografía digital en el campo de las comunicaciones, sobre todo, en el ámbito iberoamericano.

Ahora bien, desde su surgimiento como método, la etnografía buscó observar y estudiar sociedades de baja complejidad; posteriormente, estudiar las relaciones en contextos urbanos complejos, hasta llegar a la interpretación de objetos culturales y sus significaciones, valores y reglas (Cotán, 2020). Es un enfoque que se destaca por ser flexible, abierto y multidisciplinar, y por ofrecer herramientas para interpretar cómo los sujetos dotan de sentido sus prácticas, acciones y discursos en un contexto determinado.

Las dinámicas de construcción de significado son observadas e, interpretadas y analizadas en espacios donde interactúan los actores. Desde ámbitos de observación micro (como la familia, lo subalterno, el campesino), a lo macro (como el estudio de las comunidades indígenas y urbanas y sus prácticas, el territorio de observación

etnográfico), se ha ampliado a la par de la irrupción de las distintas tecnologías de la comunicación que fueron surgiendo desde fines del siglo XIX, como la radio y la televisión, en busca de comprender los procesos de producción, recepción y consumo cultural (González, 1995; Jacks y Capparelli, 2006; Lull, 1992; Martín-Barbero, 1987; Orozco, 1991). En tiempos actuales, las tecnologías de la información y comunicación digital se suman como territorio de negociación, disputa y producción de significados entre los actores.

La práctica etnográfica en el mundo digital

Desde fines del siglo pasado, las ciencias sociales se ven colmadas de reflexiones sobre los métodos aptos para estudiar los sentidos que se construyen en el dinámico territorio digital; entre estas deliberaciones, se retoma el debate metodológico sobre la relevancia de la etnografía, adaptada al ámbito virtual. A la par, con el avance y penetración de la sociedad red, se desarrollan enfoques inspirados en el método etnográfico para estudiar las interacciones de los actores con los medios digitales. La «etnografía del ciberespacio» (Hakken, 1999), la «etnografía virtual» (Hine, 2000), la «etnografía en red» (Howard, 2002), son algunos ejemplos de la amplitud terminológica, según su abordaje. Para disipar la polisemia en la denominación del método, así como en la diversidad del origen de sus posicionamientos teóricos, Ardévol et al. (2008) engloban estas prácticas con la denominación de «etnografía de Internet».

Como se conoce bien, la era digital se caracteriza por ofrecer espacios de comunicación para los diversos grupos sociales a través de sitios web, blogs, redes sociales, textos, videos, fotos, salas de chat, plataformas de inteligencia artificial, entre otros, que al ser observados pueden ofrecer datos relevantes sobre las acciones, experiencias, discursos y construcción identitaria de los sujetos participantes de ese mundo virtual.

La base fundamental de la etnografía virtual es la necesidad del investigador de sumergirse en ese mundo por un tiempo determinado, entendiendo que las relaciones se forman con quienes participan en los procesos sociales (Hine, 2000). De acuerdo con Hine (2000), el enfoque de etnografía virtual tiene en cuenta Internet como campo de conexión. Se utiliza para buscar vínculos sociales en línea, en diversos medios y plataformas, y ofrece un marco de análisis de las prácticas sociales en Internet, sus participantes y los significados que ponen en juego en la arena digital.

A propósito de lo señalado, Hine (2007) dirige su atención a las creencias que los usuarios tienen sobre Internet, considerando que estas modelan experiencias, prácticas y relaciones que se traman *online*. Esto llevaría a pensar que las intervenciones de los sujetos pueden dar cuenta tanto de nuevos modos de abordar las subjetividades expuestas en el contexto digital, como de pistas para leer, en la articulación con las gramáticas de los medios, los significados que van adquiriendo las tecnologías en las culturas que las propician y que, recíprocamente, también se ven influenciadas.

Concerniente a ello, Pink et al. (2019) describen:

En la etnografía digital a menudo establecemos contacto con los participantes a través de los medios, un contacto ‘mediado’, más que a través de la presencia directa ... podemos conversar con las personas en cualquier momento de su vida diaria. Podemos observar qué hacen siguiéndolas digitalmente, o pedirles que nos inviten a participar en sus prácticas mediáticas sociales: escuchar puede implicar leer, o sentir y comunicar de otras formas. El texto etnográfico puede ser sustituido por el vídeo, la fotografía o el blog. (p. 21)

Es decir, la etnografía ofrece un marco de estudio sobre prácticas, experiencias, relaciones y mundos posibles trasladables al ámbito digital; no obstante, las prácticas convencionales etnográficas deben cambiar y adaptarse (Pink et al., 2019). Al reconocer la importancia del enfoque etnográfico en el mundo digital, es necesario ampliar el debate sobre las consecuencias que tiene lo digital en la práctica etnográfica (Pink et al., 2019).

Ampliando el tema, Coleman (2010) indica cómo los etnógrafos están explorando las complejas relaciones entre las prácticas locales y las implicaciones globales de lo digital, su materialidad y política, y su presencia banal, y a la vez profunda en la vida cotidiana. Como producto del análisis, Coleman (2010) plantea una serie de clasificaciones para diferenciar los diferentes enfoques y aproximaciones de investigación predominantes desde la etnografía en espacios digitales. Esta, es una propuesta que busca simplificar un abordaje que es más bien complejo, tomando en cuenta la posibilidad de que las características de cada clasificación puedan superponerse a otra, incluso que la categorización formulada por Coleman (2010) deje fuera aspectos históricos de algunos estudios etnográficos, o contextos eminentemente locales que, por su origen, tienen significaciones en un territorio en particular.

Es relevante, también, mencionar brevemente las categorías que sustenta Coleman (2010, p. 488): la primera, tiene que ver con lo que denomina «cultural politics of media» o la política cultural de los medios digitales; identifica aquí a investigaciones sobre identidades, representaciones e imaginarios vinculados a las juventudes, la diáspora, la nación, la indignación, por ejemplo, que son «comunicados y circulados a través de su vínculo individual y colectivo con las tecnologías digitales» (Coleman, 2010, p. 488). La segunda categoría es la que explora las culturas digitales desde un enfoque vernáculo; se estudian *hackers*, el fenómeno del *blogging*, los memes, entre otros, «cuya lógica está organizada de manera significativa alrededor, aunque no necesariamente, por estas singulares propiedades de los medios digitales» (Coleman, 2010, p. 488). La tercera categoría es la prosaica, en la que se analiza cómo los medios digitales se alimentan, reflejan y moldean otro tipo de prácticas sociales, como «intercambios económicos, mercados financieros o prácticas religiosas» (Coleman, 2010, p. 488).

Por su parte, Dicks et al. (2005) proponen una lectura fundamental del aporte etnográfico al estudio de las redes digitales. Krees y Van Leeuwen (2001), desde una perspectiva sociológica, teorizan sobre la relevancia de los medios digitales en tanto funcionales para el desarrollo de un paradigma multimodal, en el que la conjunción de diversos sistemas semióticos impacta en el modo en que se relaciona y produce el significado.

Sobre el término «netnografía», es Kozinets (2010) quien lo propone para hacer referencia a técnicas de investigación etnográfica adaptadas a las experiencias en línea. Este neologismo se justifica para el autor, ya que «las experiencias sociales en línea son significativamente diferentes de las experiencias sociales cara a cara, y la experiencia de estudiarlas etnográficamente es significativamente diferente» (Kozinets, 2010, p. 5).

Los aportes inaugurales de Hine (en 2000, 2007, 2013, 2015), Dicks et al. (en 2005), y Horst y Miller (en 2012) o Pink et al. (en 2019) son puntos de partida para profundizar en las diversas posturas frente al método y contextualizar el tema de esta investigación. La revisión sistemática que se propone consiste en extraer un corpus de publicaciones que abordan la cuestión del enfoque etnográfico digital en revistas académicas indexadas en las bases de datos que son referencia a nivel global, en castellano y en portugués. De esta manera y luego de desarrollado el análisis, se espera obtener datos relevantes sobre el estado de la cuestión en el territorio académico e identificar referentes y campos de investigación para fortalecer la incorporación de este método en las investigaciones futuras.

Las investigaciones citadas concuerdan en destacar la importancia que le dan al trabajo de campo, coincidente con las bases epistemológicas del método etnográfico. La observación participante es una técnica clave que se mantiene y además se da énfasis a la interpretación y comprensión de los significados y las prácticas culturales. La contraparte son las discrepancias que se encuentran en las perspectivas teóricas de las que parten sus reflexiones, ya sea desde la sociología o desde la antropología (Horst y Miller, 2012). El impacto que tiene la tecnología en el trabajo etnográfico (Hine, 2007) es otro punto caliente de debate, así como la relación existente entre esta y el método (Pink et al, 2019).

Metodología

Se propone un abordaje metodológico bibliométrico que tiene como propósito detectar referentes teóricos y metodológicos desde el enfoque de la etnografía digital (Cordeiro et al., 2007; Cuevas-Molano et al., 2019). Así como, la recopilación de trabajos de investigación sobre el método etnográfico, mediante el acceso a tres bases de datos donde se condensa una significativa cantidad de producción científica sobre ciencias sociales, y que marcan la pauta del estado actual de los avances en diversas materias.

El proceso de investigación se establece en función a las siguientes preguntas (research questions):

- RQ1: ¿En qué medida se le otorga espacio al tema en publicaciones indexadas en las bases de datos de referencia?
- RQ2: ¿Quiénes son referentes teóricos más frecuentes?
- RQ3: ¿Cuáles son los temas que despiertan investigaciones sobre/desde la etnografía digital?
- RQ4: ¿Qué posicionamientos hay frente al método etnográfico, y cuáles son sus herramientas de investigación más relevantes?
- RQ5: ¿Cómo denominan las investigaciones a este método en las publicaciones?

Para el desarrollo, primero, se realizó la búsqueda de las palabras clave en revistas de alto impacto y de acceso abierto, con prestigio, posicionamiento y que cumplen con los requisitos para estar indexadas en *Latindex*, *Scopus* y *Web of Science*. Están incluidos trabajos en castellano y portugués, publicados durante la última década (entre

2014 y 2023). En el caso particular de Latindex, la búsqueda se hizo filtrando revistas que reflejaran algunos de los datos relacionados, y una vez depuradas, se ingresó a cada revista para detectar la presencia de los artículos de interés para la investigación. Este procedimiento responde a la lógica del propio buscador de Latindex. En el caso de las otras dos bases de datos, el buscador ofrece directamente los artículos al incluir las palabras clave. Es preciso mencionar que la interfaz de los filtros de Scopus y Web of Science se presenta en idioma inglés, y como aparecen en el buscador se incluyeron y seleccionaron. En la Tabla 1 se indica el procedimiento de búsqueda de artículos en cada base de datos.

Tabla 1

Procedimiento de búsqueda de artículos en cada base de datos

	Web of Science	Scopus	Latindex
Filtro de base	<i>SCI-Expanded, Social Sciences Citation Index (SSCI, Arts & Humanities Citation Index (A&HCI) y Emerging Sources Citation Index (ESCI).</i>	Documents	Directorio-Ciencias Sociales-Subtema ciencias de la información-revista de investigación científica.
Ámbito geográfico	Se seleccionaron los 22 países que componen Iberoamérica	Se seleccionaron los 22 países que componen Iberoamérica	Iberoamérica ¹
Tipo de documento	Article	Article	Revista de investigación científica
Acceso	Open Access	Open Access	Acceso abierto
Palabras clave	Etnografía virtual / digital ethnography, virtual ethnography / etnografía digital, virtual etnografía virtual.	Etnografía virtual / digital ethnography, virtual ethnography / etnografía digital, etnografía virtual.	Etnografía virtual / digital ethnography, virtual ethnography / etnografía digital, etnografía virtual.
Periodo	2014-2023		
Total de artículos detectados	24	44	242

¹ América Latina, el Caribe, España y Portugal.

Cada artículo fue leído para determinar su incorporación o no al corpus de investigación. La muestra quedó constituida por 24 artículos que cumplen con los criterios establecidos, esto es, que son de acceso abierto, se publicaron durante la última década 2014-2023, tratan el tema del método etnográfico y pueden estar en castellano o portugués, o en ambos idiomas. Se descartaron aquellos documentos que no incluían en su análisis el método de la etnografía digital virtual o que hacían solo mención general o testimonial.

Segundo, la fase del análisis bibliométrico, se llevó a cabo mediante el software *Nvivo*, para responder a las preguntas de investigación, planteadas en un inicio y cumplir con los objetivos: conocer los años de publicación de artículos que toman como método la etnografía digital, la autoría de artículos en relación con el sexo (hombre o mujer); temas que motivan sus investigaciones, y los referentes teóricos más citados por estas publicaciones. Se codificaron los datos a partir de los términos definidos por la metodología y se compararon los resultados de los documentos a partir de las matrices de intersección.

Tercero, la fase metodológica, corresponde al cruce de datos para identificar la copresencia de determinados referentes teóricos al visualizar los datos; esto, permitió identificar patrones y tendencias.

Resultados

Son 24 artículos que se pueden ubicar en las bases de datos Latindex, Scopus y Web of Science. Con un nivel alto de tratamiento de la etnografía digital se encuentra Scopus, con 14 artículos; le sigue Latindex con ocho artículos; y luego Web of Science, con solo dos. El 91% (22 artículos) los tienen Scopus y Latindex.

Respecto al interés editorial por la etnografía digital: en 2016 hay un pico de publicaciones, pero es durante el trienio 2018-2020 cuando se otorga mayor tratamiento al tema en el total del corpus de investigación. En estos años se han concentrado la mitad de los artículos, lo que se toma como indicios de un proceso de consolidación en la exploración de información acerca de la etnografía digital (ver Figura 1).

Acerca de los marcos teóricos y referentes conceptuales: la tendencia se sostiene en el tiempo. En la mayoría de los artículos de la muestra, son los trabajos de Hine

(en 2000 y 2015), de Horst y Miller (en 2012) y de Pink et al. (en 2016 y 2019), los que aparecen como referencias a las que acudieron para la elaboración de sus propios estudios. En Latinoamérica los referentes Reguillo (2021, 2012, 2010) o Guber (2002, 2006, 2011) se presentan como los más sólidos en idioma español y metodologías más sólidas; mientras que investigaciones de los entornos de análisis de subjetividades en la era de la información, la esfera digital y en la sociedad red les pertenecen a Van Dijck (2011, 2015, 2017), de la Universidad de Ámsterdam, y Castells (2006, 2009).

En la Tabla 2 se pueden ver las compilaciones de Sarah Pink, Christine Hine, Rosana Guber y Rosana Reguillo, autoras cuya presencia es constante en los artículos del corpus.

Figura 1

Número de artículos por años

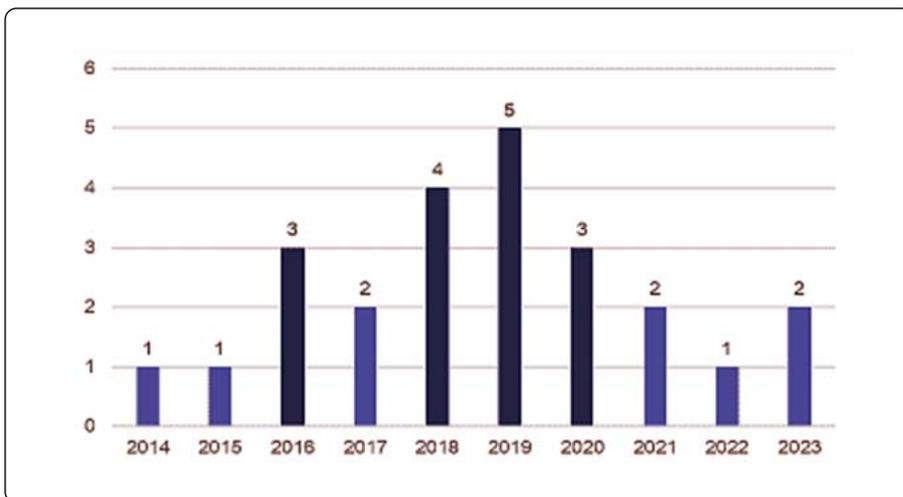


Tabla 2*Menciones más frecuentes de referentes teóricos en el corpus*

Artículo	A: Guber	B: Hine	C: Pink	D: Reguillo
1. Badillo Mendoza, Miguel Ezequiel; Marta-Lazo, Carmen (2019)	0	2	0	0
2. Buelvas Díaz, Jaili Ivinaí; Sirex Consuegra Díaz-Granados, María; Henao Heuta, David Felipe; López Cuervo, Juliana; Osorio Giraldo, John Jairo; Pardo Castellanos, Laura Daniela; Peña Gómez, Camila (2020)	0	0	0	0
3. Chaverri Chaves, Diego (2017)	0	0	0	0
4. Daniela Pérez-Riedel, Magalí (2018)	0	2	0	0
5. Esquivel Domínguez, Daniela Carolina (2019)	0	3	0	0
6. Fardella, Carla; Carvajal, Francisca; Universidad, Muñoz; Bello, Andrés (2018)	0	0	0	0
7. Flores-Márquez, Dorismilda (2019)	0	2	2	2
8. González, Calvo (2015)	2	2	0	3
9. González, David García; Vélez, César González (2020)	5	0	2	2
10. González, Soraya Calvo; Maroto, José Luis San Fabián (2018)	0	2	2	0
11. León, Laura (2018)	0	0	4	0
12. Linne, Joaquin (2014)	0	2	0	0
13. Lugo Rodríguez, Nohemí (2023)	3	0	5	0
14. Martínez Pérez, Ana; Laica Eloy Alfaro de Manabí, Universidad (2016)	0	0	7	0
15. Meneses, María Elena; Pérez Salazar, Gabriel (2016)	0	5	0	0
16. Muñoz, Karol Morales (2021)	0	0	0	0
17. Paniago, Maria Cristina Lima; Santos, Rosimeire Martins Régis dos; Dorsa, Arlinda Cantero (2021)	0	6	0	0
18. Parra, Luis; Obando, Augusto (2019)	0	0	0	0
19. Pepló, Fernando Franco (2016)	3	2	0	0
20. Pozo, Lola Martínez (2020)	0	0	0	0
21. Sánchez, Alfonso Freire; Vidal-Mestre, Montserrat (2022)	0	0	0	0
22. Tomasena, José M. (2023)	0	9	5	0
23. Vigna, Diego Germán (2017)	0	2	0	0
24. Winocur, Rosalía (2019)	0	0	0	4

Nota. Información recabada mediante el uso de Nvivo.

En lo que se refiere a la variable sexo como autor de los artículos: los artículos con un solo autor son 14, se encuentran 9 mujeres y 5 hombres como autores. En artículos con más de un autor: se registran 10 artículos, en 5 artículos figura una mujer en primer término y en 3 artículos, en segundo término; mientras que en 2 artículos figuran solo hombres como autores. Lo que hace el total de 24 artículos.

En cuanto al interés por las temáticas más frecuentes, destaca el estudio sobre el uso y las apropiaciones que hacen los jóvenes de las plataformas. En este sentido, es relevante la cantidad de artículos que tienen como sujeto de estudio a los adolescentes en tanto grupo identitario singular. El análisis sobre sus prácticas, desde la observación participante y el análisis del contenido que publican, así como qué piensan y qué hacen. La recopilación de información se efectúa a partir de cuestionarios, entrevistas semiestructuradas y entrevistas en profundidad.

Además, es relevante la aproximación etnográfica en cuanto a la construcción de identidades de género, y cómo son cargadas de sentido desde los textos, fotos y videos de los sujetos en el territorio digital. Ejemplo de ello son los estudios sobre la representación de la propia imagen física, las evidencias de las identidades sexuales con sus peculiaridades individuales o comunes. También se analizan los contenidos que son compartidos con contactos (y en ocasiones, de manera pública), las expresiones textuales y simbólicas de los afectos, el tipo de interacciones y conexiones generadas entre amigos, amigas o parejas, o las propias descripciones biográficas de los usuarios.

Es preciso señalar que, en algunas publicaciones, se pone en discusión la validez del método y su solidez metodológica en el ámbito digital, y se revisan los diseños metodológicos desde la etnografía digital. Una cuestión inherente al método etnográfico desde sus orígenes tiene que ver con reconocer, describir e interpretar las relaciones humanas en su contexto. Lo que es una preocupación central en los abordajes hechos en el corpus, en el que frecuentemente se problematiza la necesidad de profundizar en el estudio de los mecanismos por los cuales las identidades personales son diseñadas, compartidas y puestas en común con un contexto relacional eminentemente digital. La aproximación etnográfica considera relevante conocer las capas o interfaces de las redes, sus posibilidades comunicativas y la capacidad tecnológica para conectar a los sujetos y darles un espacio de construcción de sentidos que sea significativo para la generación de narrativas digitales alternativas, tanto personales como colectivas.

La observación sobre la interacción de ciertos grupos en las plataformas con el contenido de diversos actores, tanto sociales como culturales y políticos, es una técnica de recolección de información frecuente que se muestra a través de pantallazos de las situaciones que provoca el análisis. La captura es frecuentemente utilizada para sostener el análisis de los contenidos, en los que se unen los diferentes discursos del mundo digital; estos son, textos, vídeos e imágenes de todo tipo. Se capturan también aquellos contenidos que construyen la identidad personal, y que son de uso y significación compartida, como es el caso de los *emojis*. En las Figuras 2, 3 y 4 se muestran algunos ejemplos encontrados en el corpus.

Figura 2
Pantallazos de observaciones en el corpus



Críticas 1 y 2. Publicación de Maximiliano Macri en su página de Facebook, con extracto de las intervenciones de usuarios. 13/07/16 [Captura de imagen, cuenta personal, 04/02/16]

Nota. Tomado de Vigna, 2017, p. 128.

Figura 3
Pantallazos de observaciones en el corpus



Ilustración 1: Perfiles de digitales en Twitter e Instagram.

Nota. Tomado de Calvo, 2015, p. 287.

Figura 4

Pantallazos de observaciones en el corpus



Nota. Tomado de León, 2018, p. 127.

Estos ejemplos demuestran que el campo de observación está determinado en un alto grado en las investigaciones, y los modos de recolección de los datos en la observación son similares (concretamente, en el 41% de los artículos del corpus). Esto demuestra cierta unicidad en la manera de realizar el abordaje etnográfico digital.

Respecto de los posicionamientos del método, se han encontrado perspectivas diversas. En algunos casos las investigaciones realizan una defensa absoluta del método, alegando su eficacia gracias a su flexibilidad y herramientas definidas. En otros, consideran que la etnografía tradicional es insuficiente para aprehender todos los procesos que se dan en el campo virtual. También, se evidencia cierta liviandad a la hora de utilizar el método sin ofrecer demasiada información sobre los motivos de la elección. Es estos casos solo enuncian la realización de un abordaje etnográfico, que se justifica, ya sea por la búsqueda de aspectos biográficos de los actores implicados, o porque toman como campo de observación la virtualidad. Aquí, se habla de la elección del método sin entrar en detalles sobre cuáles fueron los procedimientos implicados en el desarrollo de este.

En la Figura 5 se aprecia una nube de palabras de los términos que aparecen en el corpus; se observa etnográfica, observación, biográfica, virtual, online, entrevista, entre otras que se encuentran de manera constante en las investigaciones que utilizan el enfoque etnográfico.

Figura 5

Nube de palabras sobre posicionamientos frente al método



Con relación a lo expuesto, Lima-Paniago, et al. (2021) describen el rol de los etnógrafos:

Son personas flexibles que desarrollan sus métodos en respuesta a sus contextos ... identifican aspectos de la etnografía que se alinean con estrategias metodológicas específicas, que de alguna manera se conectan en línea y fuera de línea e intentan reflexionar sobre cómo Internet tiene sentido. (p. 706)

No obstante, se detectan deficiencias en el método etnográfico tradicional para trabajar relaciones, usos y apropiaciones en el espacio digital, como argumenta Linne (2014):

Solo con métodos de la etnografía tradicional no se consigue aprehender el entramado de significados en que los adolescentes se encuentran inmersos. Por lo tanto, optamos por explorar su sociabilidad e identidad

virtual con la misma herramienta que ellos utilizan de modo cotidiano. (p. 192)

En esta línea de acción, opta por el sistema online siguiendo los conceptos de «observación virtual» de Hine (2000, como se citó en Linne, 2014, p. 192) o el de «ciberetnografía» de Farquhar, (2012 como se citó en Linne, 2014, p. 192) con nuevas herramientas de investigación etnográfica surgidas en los últimos años junto con la masificación de las TIC.

Son resultados que pueden presentar aspectos discutibles y que deben ampliarse para contar con mayor información respecto a la investigación bibliométrica en el campo del estudio de la comunicación en Iberoamérica.

Discusión y conclusiones

Es frecuente identificar en el corpus que la etnografía digital se utiliza como un primer paso para establecer un contacto *online* con los sujetos que forman parte del estudio, para luego hacer un salto hacia el espacio *offline*, y realizar un estudio etnográfico clásico y tradicional. Lo dicho se vincula con el abordaje de la política cultural, que defiende Coleman (2010), en el que las prácticas cotidianas se observan *online*, pero con un prisma sobre el impacto que estas tienen en el ámbito *offline*.

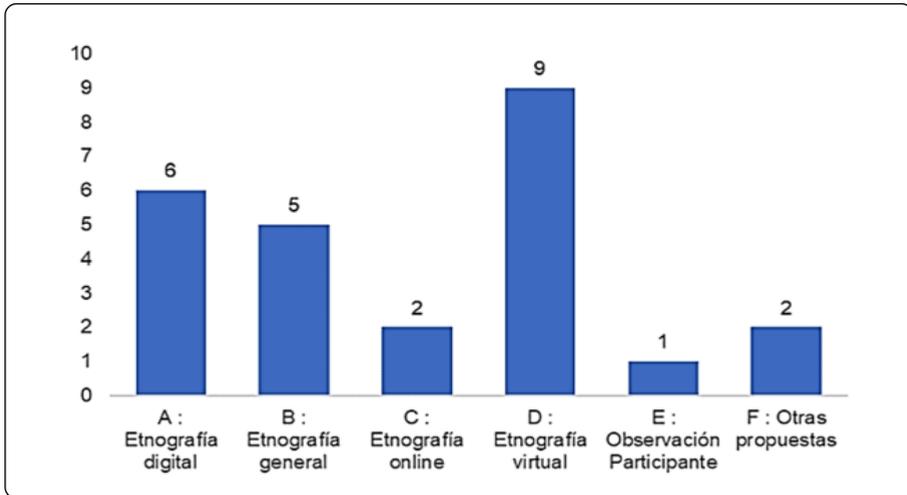
Entre los trabajos consultados se detectan también estudios de publicidad y marketing para conocer a los consumidores desde la etnografía digital. Este enfoque se denomina *netnografía* o etnografías de consumo, y se refiere a la utilización de la etnografía digital en los procesos de investigación publicitaria. Este abordaje, aunque es testimonial y aparece unas pocas ocasiones, sí podría dar la pauta de que es un método relevante para los estudios publicitarios en un futuro con la inteligencia artificial y el *microtargeting*, estableciendo un campo de desarrollo teórico y metodológico fecundo.

En esta instancia también se consideró relevante cruzar los datos para identificar los diversos nombres que se han utilizado para referirse al método etnográfico en los artículos analizados, para reconocer la fortaleza con la que está instalado en las investigaciones. El resultado evidencia que la etnografía digital es un método en proceso de consolidación, y que la multiplicidad con la que se denomina el método podría considerarse una debilidad, ya que impediría el establecimiento de bases

epistemológicas sólidas para instalarse definitivamente como un enfoque acorde a las complejidades del mundo virtual.

Figura 6

Denominación del método en el corpus



Es necesario, un esfuerzo mayor por establecer una sola denominación desde quienes producen conocimiento metodológico sobre el enfoque. Como señala Vigna (2017):

Apelar a elementos de la etnografía virtual es pertinente desde el momento en que debemos articular la observación e interpretación de discursos en las redes sociales, y las interacciones resultantes de dichas experiencias, con una reflexión sobre el cimiento de estas conductas y publicaciones, como es la dimensión cultural y política de Internet. (p. 116)

Los artículos analizados se condensan en Scopus y Latindex, lo que evidencia el sesgo, al observar únicamente publicaciones en castellano o portugués en revistas presentes en estos dos rankings; considerablemente baja es la presencia en las indexadas en Web of Science, donde las publicaciones en inglés imperan casi sin competencia.

Por otra parte, al encontrar cuatro lideresas intelectuales en la producción referida a la etnografía digital: Guber, Hine, Pink y Coleman, marca un referente positivo para la equidad que siempre se persigue.

Respecto a la cantidad de artículos y las referencias luego de la búsqueda de coincidencias evidencia la enorme cantidad de producción intelectual que se da en América Latina y la península ibérica desde la década de 1980 y en adelante –con énfasis en los estudios culturales latinoamericanos–. Sin embargo, la incorporación de voces anglosajonas como referentes conceptuales está siempre presente. Una realidad que podría interpretarse –aunque no sin disputas ni resistencias– la permanencia de una «colonialidad del poder» (Quijano, 1992, 2014) en las estructuras intelectuales de la esfera Iberoamericana.

Precisamente, las coincidencias más relevantes detectadas en el estudio bibliométrico demuestran que el interés está puesto en analizar las redes de relaciones en el contexto de la cultura digital, como puede ser la educación digital y los vínculos entre estudiantes y profesores; entre personas del mismo sexo y cómo se relacionan entre ellos y con las plataformas; cómo se empoderan las comunidades más vulnerables y las minorías sexuales a través de las plataformas, y cuáles son sus prácticas y experiencias. Ello sugiere que la etnografía digital como método funciona para analizar los vínculos entre diversos actores en la arena digital, sus relaciones de poder, vulnerabilidad y, por supuesto, de resistencia.

Entre los hallazgos más interesantes se puede mencionar posturas de autores que buscan establecer criterios para hacer etnografía digital; también, de quienes pretenden desentrañar los aspectos etnográficos que pueden o no pueden ser parte del análisis; y de quienes consideran que el abordaje que se realiza en la arena digital no es etnográfico, sino que debería ser considerada una disciplina diferente con técnicas y métodos específicos. Esto da cuenta de que el método en particular aún genera debates que se encuentran inconclusos.

Sin embargo, se comprueba una vez más que para la práctica etnográfica digital se requiere lo que señalaron Pink et al. (2019), esto es, la multiplicidad, el no digital-centrismo, la apertura, la reflexibilidad y la heterodoxia, y estos aspectos se evidencian en las publicaciones analizadas.

El entorno digital se erige como un motor de estrategias de injerencia mediática, cultural, identitaria, política, económica. La etnografía adaptada a este espacio de

significaciones, con sus matices metodológicos, es una herramienta apta para analizar las complejidades en la red. En los análisis subyace el hecho de que la etnografía de Internet permite comprender las formas en que se usa la tecnología y los sentidos que adquiere para las comunidades. Si bien se concentra en aquellas prácticas que se realizan en Internet, no se limita a ello, sino que incorpora los contextos de producción y de uso (Hine, 2013; Pink, et al., 2019).

El considerable aumento por el interés en este abordaje es una guía para comprender las distintas formas en las que se busca responder a los problemas metodológicos que suscitan las plataformas digitales; para el análisis, estudio e interpretación de las experiencias, prácticas, usos y discursos de los sujetos en la era digital en medios digitales. En este sentido, otra de las conclusiones relevantes tiene que ver con que hay que profundizar sobre el lugar que tiene el método en el campo específico de la comunicación, ya que los referentes que se han detectado provienen de bases teóricas marcadas por la antropología o la sociología anglosajona. Asimismo, es una invitación a destacar y fortalecer el campo de la comunicación con la consolidación de los estudios etnográficos gracias a los aportes intelectuales iberoamericanos, ya que como indica Quijano (2014), la disputa por el poder simbólico radica también en la construcción de categorías situadas en y para la experiencia social concreta.

Por ello, y para finalizar, surge la pregunta: ¿Estamos preparados para establecer una etnografía de la comunicación digital en Iberoamérica? Esto es, una etnografía de la comunicación que se enriquezca del método en cuanto a su flexibilidad y dinamismo, y que vaya más allá de los estudios etnográficos lingüísticos, como señala Hymes (1977, 1984) y de contextos extrapolados de otras latitudes. Y en este camino, pensarla también como aquel método etnográfico de investigación en comunicación que interprete y analice las prácticas, discursos en, desde y a través de la tecnología, situada en la realidad iberoamericana. Los estudios consultados indican que las bases epistemológicas ya están disponibles y que, en la práctica –más allá de algunas debilidades detectadas a la hora de establecer los parámetros metodológicos y algunas contradicciones– es una corriente de investigación en desarrollo.

Conflicto de intereses

Las autoras declaran que no existe conflicto de intereses en la presente investigación.

Contribución de autoría

ALQP: autora de correspondencia, búsqueda del corpus de investigación, construcción del marco teórico y análisis de resultados, conclusiones.

MRS: aplicación de *Nvivo* para la construcción de datos, análisis de resultados y edición de texto general, conclusiones.

Responsabilidad ética y legal

La investigación se realizó de conformidad a los principios éticos del conocimiento, respetando la originalidad de la información y su veracidad. Se ha basado en los principios éticos y legal para la divulgación del conocimiento en las Ciencias de la Comunicación.

Financiamiento

El presente texto nace en el marco de un contrato, Margarita Salas, Ayudas para la recualificación del Sistema Universitario Español para 2021-2023 del Real Decreto 289/2021, del 20 de abril, financiado por la Unión Europea, *NextGenerationEU*.

Referencias

- Aguilar-Forero, N. (2017). Ciberactivismo y olas de agitación comunicativa. Consideraciones etnográficas. *Íconos. Revista de Ciencias Sociales*, (59), 123-147. <https://dx.doi.org/10.17141/iconos.59.2017.2595>
- Allmann, K. y Blank, G. (2021). Rethinking digital skills in the era of compulsory computing: methods, measurement, policy and theory. *Information, Communication & Society*, 24 (5), 633-648. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2021.1874475>
- Ardévol, E. y Gómez-Cruz, E. (2014). Digital Ethnography and Media Practices. En F. Darling, *Research Methods in Media Studies* (Vol. VII, pp. 1-21). John Wiley & Sons, Ltd.
- Ardévol, E., Estalella, A. y Dominguez, D. (2008). *La mediación tecnológica en la práctica etnográfica*. Ankulegi Antropologia Elkartea.
- Azpúrua, F. J. (2005). La Escuela de Chicago. Sus aportes para la investigación en ciencias sociales. *Sapiens. Revista Universitaria de Investigación*, 6(2), 25-35. <https://acortar.link/49Lpn5>
- Blumer, H. (1982). *El interaccionismo simbólico: perspectiva y método*. Hora.

- Calvo, S. (2015). Identidades digitales, selfies y expresiones afectivas: propuesta metodológica basada en la etnografía. *Revista Opción*, 31(3), 273-294. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=31045567015>
- Castells, M. (2006). *La sociedad red: una visión global*. Alianza.
- Castells, M. (2009). *Comunicación y poder*. Alianza.
- Castillo-Torres, D., Núñez-Pacheco, R. y López-Pérez, B. (2019). Aportes metodológicos de la etnografía digital latinoamericana basados en World of Warcraft. *Rev. Urug. Antropología Etnografía*, 4(1), 31-45. DOI: 10.29112/RUAE.v4.n1.2
- Coleman, G. (2010). Ethnographic Approaches to Digital Media. *Annu. Rev. Antropol.*, (39), 487-505. <https://doi.org/10.1146/annurev.anthro.012809.104945>
- Cordeiro, A. M., Oliveira G. M., Renteria, J. M. y Guimarães, C. A. (2007). Revisão sistemática: uma revisão narrativa. *Revista do Colégio Brasileiro de Cirurgiões*, 34(5), 428-431. <https://doi.org/10.1590/S0100-69912007000600012>
- Cotán, A. (2020). El método etnográfico como construcción de conocimiento: un análisis descriptivo sobre su uso y conceptualización en ciencias sociales. *Márgenes, Revista de Educación de la Universidad de Málaga*, 1(1), 83-103. <http://dx.doi.org/10.24310/mgnmar.v1i1.7241>
- Cuevas-Molano, E., Sánchez-Cid, M. y Matosas-López, L. (2019). Análisis bibliométrico de estudios sobre la estrategia de contenidos de marca en los medios sociales. *Comunicación y Sociedad*, 1-25. <https://doi.org/10.32870/cys.v2019i0.7441>
- Delfa, C. V. y Cantamutto, L. (2016). De Participante a observador: el método etnográfico en el análisis de las interacciones digitales de WhatsApp. *Tonos Digital*, 31, 1. <http://hdl.handle.net/10201/50356>
- Dicks, B. Mason, B., Coffey, A. y Atkinson, P. A. (2005). *Qualitative research and hypermedia: Ethnography for the digital age*. Sage.
- García-Orosa, B. (2021). Disinformation, social media, bots, and astroturfing: the fourth wave of digital democracy. *Profesional de la información*, 30(6). <https://doi.org/10.3145/epi.2021.nov.03>
- Gómez, E. (2017). Etnografía celular: una propuesta emergente de etnografía digital. *Virtualis*, 8(16), 77-98. <https://doi.org/10.2123/virtualis.v8i16.251>
- González, J. (1995). Y todo queda entre familia: estrategias, objeto y método para historias de familias. *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, 1(1), 135-154. <https://www.redalyc.org/pdf/316/31600109.pdf>

- Góralaska, M. (2020). Anthropology from Home Advice on Digital Ethnography for the Pandemic Times. *Anthropology in action*, 27(1), 46-52. <https://doi.org/10.3167/aia.2020.270105>
- Guber, R. (2002). An Argentine diaspora between revolution and nostalgia. *Anthropology Today*, 18(4), 8-13. DOI: 10.1111/1467-8322.00138
- Guber, R. (2006). Linajes ocultos en los orígenes de la antropología social de Buenos Aires. *Avá. Revista de Antropología* (8), 1-35. <https://www.redalyc.org/pdf/1690/169021397002.pdf>
- Guber, R. (2011). *Método, campo y reflexividad*. Siglo XXI.
- 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. <https://doi.org/10.24201/eg.v2i4.50>
- Hakken, D. (1999). *Cyborg@Cyberspace. An ethnographer looks to the future*. Routledge.
- Hine, C. (2000). *Virtual ethnography*. SAGE.
- Hine, C. (2007). Connective ethnography for the exploration of escience. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12(2), 618-634. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2007.00341.x>
- Hine, C. (2013). *The Internet*. Oxford University Press.
- Hine, C. (2015). *Ethnography for the Internet: Embedded, Embodied and Everyday*. Bloomsbury Academic.
- Horst, H. y Miller, D. (2012). *Digital Anthropology*. Berg Publishers.
- Howard, P. (2002). Network ethnography and the hipermedia organization: new organizations, new media, new methods. *New Media and Society*, 4(4), 550-574. <https://doi.org/10.1177/146144402321466813>
- Hymes, D. (1977). *Foundations in Sociolinguistics. An Ethnographic Approach*. Tavistock Publications.
- Hymes, D. (1984). Hacia Etnografías de la Comunicación. En Garvin y Lastra (Eds.), *Antología de Estudios de Sociolingüística y Etnolingüística* (pp. 48-89). Universidad Nacional Autónoma de México.
- Jacks, N. y Capparelli, S. (2006). *TV, familia e identidade*. EDIPUCRS.
- Jociles, M. I. (2018). La observación participante en el estudio etnográfico de las prácticas sociales. *Revista Colombiana de Antropología*, 54(1), 121-150. <https://doi.org/10.22380/2539472X.386>

- Juncosa, J. (2010). *Etnografía y actorías sociales en América Latina*. Ed. Universitaria Abya-Yala.
- Katz, R. (2015). *El ecosistema y la economía digital en América Latina*. Editorial Ariel.
- Kozinets, R. (2010). *Netnography: Doing Ethnographic Research Online*. SAGE.
- Krees, G. y Van Leeuwen, T. (2001). *Multimodal Discourse: The Modes and Media of Contemporary Communication*. Routledge.
- Lai, S., Pagh, J. y Zeng, F. (2019). Tracing Communicative Patterns A comparative ethnography across platforms, media and contexts. *Nordicom review*, 40, 141-157. <https://doi.org/10.2478/nor-2019-0019>
- León, L. (2018). Niños YouTubers y el proceso de creación de videos: evidencia de competencias transmedia en acción. *Comunicación & Sociedad*, 33, 115-137. <https://doi.org/10.32870/cys.v0i33.7080>
- Lévi-Strauss, C. (1978). *Mitológicas I: Lo crudo y lo cocido*. Fondo de Cultura Económica.
- Lévi-Strauss, C. (1990). *Mito y significado*. Alianza.
- Lima, M. C., Martins, R. y Cantero, A. (2021). Networks in the context of digital culture: technologies, coordinators, university teachers and students. *INTERAÇÕES*, 22(3), 705-714. <https://doi.org/10.20435/inter.v22i3.3259>
- Linne, J. (2014). Usos comunes de Facebook en adolescentes de distintos sectores sociales en la Ciudad de Buenos Aires. *Comunicar*, (43), 189-197. <http://dx.doi.org/10.3916/C43-2014-19>
- Lull, J. (1992). La estructuración de las audiencias masivas. *Revista diálogos*, 32, 51-57. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2700945>
- Malinowski, B. y Frazer, J. (1986). *Los argonautas del Pacífico Occidental: Un estudio sobre comercio y aventura entre los indígenas de los archipiélagos de la Nueva Guinea melanésica*. Península.
- Martín-Barbero, J. (1987). *De los medios a las mediaciones*. Gustavo Gilli, México.
- Orozco, G. (1991). Recepción televisiva. Tres aproximaciones y una razón para su estudio. *Cuadernos de Comunicación y Practicas Sociales*.
- Pink, S., Horst, H., Postill, J., Hjorth, L., Lewis, T. y Tacchi, J. (2019). *Etnografía digital, principio y prácticas*. Morata. <https://elibro—net.uma.debiblio.com/es/ereader/uma/119527>

- Quijano, A. (1992). Colonialidad y Modernidad/Racionalidad. En H. Bonilla (Comp.), *Los Conquistados: 1492 y la población indígena de las Américas* (pp. 437-449). Flacso/Ediciones Libri Mundi.
- Quijano, A. (2014). El regreso del futuro y las cuestiones del conocimiento. En A. Quijano, *Cuestiones y horizontes: de la dependencia histórico-estructural a la colonialidad/descolonialidad del poder* (pp. 833-846). Clacso.
- Reguillo, R. (2010). *Los jóvenes en México*. Fondo de Cultura Económica.
- Reguillo, R. (2012). Intimidades selectivas. Espacio inmunitario en la metrópolis. *TELOS. Cuadernos de Comunicación, Tecnología y Sociedad*, (93), 93-95. <https://bit.ly/3IVibm4>
- Reguillo, R. (2021). *Necromaquina. Cuando morir no es suficiente*. NED.
- Richardson, I. y Hjorth, L. (2019). Mobile media, domestic play and haptic ethnography. *New Media & Society*, 19(10), 1653-1667. <https://doi.org/10.1177/14614448177175>
- Thompson, A., Stringfellow, L., McLean, M. y Nazzari, A. (2021). Ethical considerations and challenges for using digital ethnography to research vulnerable populations. *Journal of Business Research*, 124, 676-683. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.02.025>
- Van Dijck, J. (2011). *Mediated Memories in the Digital Age*. Stanford University Press.
- Van Dijck, J. (2015). After Connectivity: The Era of Connectication. *Social Media & Society*, 1(1). <https://doi.org/10.1177/2056305115578873>
- Van Dijck, J., Poel, T. y De Waal, M. (2018). *The Platform Society*. Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/oso/9780190889760.001.0001>
- Vigna, D. (2017). Autonomía e imperativo del decir en la web interactiva. Una reflexión sobre el hacer archivo en redes sociales a partir del contexto argentino actual. *Anagramas Rumbos y Sentidos de la Comunicación*, 16(31), 113-133. <https://doi.org/10.22395/angr.v16n31a4>

Leticia Quintana Pujalte

Universidad de Málaga, España.

Doctora en Comunicación con Mención Internacional por la Universidad de Málaga, España. Personal investigador posdoctoral en IDECO, Universidad de Sevilla, contratado por contrato Margarita Salas, fondos *Next Generation EU*. Imparte docencia universitaria desde el año 2012 en Publicidad, Periodismo y Comunicación Social en universidades de Argentina y España. Autora de artículos académicos en revistas indexadas y capítulos de libros de editoriales de prestigio.

Autora corresponsal: l.quintanapujalte@uma.es

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1834-283X>

Marina Ramos Serrano

Facultad de Comunicación, Universidad de Sevilla, España

Doctora en Publicidad y Relaciones Públicas por la Universidad de Málaga (2003). En la actualidad es Profesora Titular en la Facultad de Comunicación de la Universidad de Sevilla, donde imparte creatividad publicitaria. Ha publicado en revistas como *New media & Society*, *Comunicar*, *Revista Mediterránea de Comunicación*, y en editoriales como *Tecnos* o *Peter Lang*.

mramos@us.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6871-9239>