

# PAISAJE Y SOCIEDAD

## ANÁLISIS DE LA PERCEPCIÓN SOCIAL EN PAISAJES CULTURALES

### **Etnografía virtual: integración y transversalidad del análisis social a través de internet.**

Estado de la cuestión

ACTIVIDAD 2 - ENTREGABLE

E2. Estado de la cuestión y valoración multidisciplinar de la etnografía virtual y su aplicación a las percepciones sociales de los paisajes culturales



**Junta de Andalucía**

Consejería de Cultura y Patrimonio Histórico

INSTITUTO ANDALUZ DEL PATRIMONIO HISTÓRICO



GOBIERNO DE ESPAÑA

MINISTERIO DE CIENCIA, INNOVACIÓN Y UNIVERSIDADES



UNIÓN EUROPEA

Fondos Estructurales y de Inversión Europeos



UNIVERSIDAD  
**PABLO DE OLAVIDE**  
SEVILLA



Universidad  
Europea Canarias



Università  
degli Studi  
di Ferrara

## **Etnografía virtual: integración y transversalidad del análisis social a través de internet.**

Estado de la cuestión

### **1. Introducción**

Este informe se inserta en el marco de la actividad 2 del proyecto PAYSOC. En dicho contexto se ha de elaborar un documento final que dé cuenta del estado del arte de la etnografía virtual. Dicho documento final supone el entregable n.º 2.

Se ofrece una lectura de la etnografía virtual y su evolución reciente. A continuación, en otros informes, se abordará su confluencia con otras disciplinas afines a los estudios patrimoniales y paisajísticos, tales como la historia, la geografía y otras en función de prever conceptualizaciones y prácticas que puedan aplicarse en los estudios de paisaje.

Atendiendo a los contenidos que se presentan, se ha partido de varios documentos de referencia, especialmente de Hine (2004) y otras autorías vinculadas con el surgimiento y desarrollo de la etnografía virtual. Se han utilizado otros textos que plantean aspectos de epistemología y método, o ciencia y técnica, que pueden ser de interés para los estudios de paisaje y la participación social.

En este marco, se intentará responder a las cuestiones que pueda suscitar la visión “virtual” o “digital” de dicha disciplina etnográfica. En el sentido de las aportaciones interdisciplinares que puedan producirse en el marco del proyecto PAYSOC, puede considerarse útil y operativo el contemplar que cualquier disciplina integrada en los estudios actuales de paisaje se conforma igualmente en una cultura digital y por tanto está mediada tecnológicamente.

## 2. Paisaje, ciencias sociales y medios digitales

La idea de fondo conductora del proyecto PAYSOC es analizar y validar los métodos de la etnografía virtual, contemplada como herramienta científica transversal, para la compilación, análisis crítico y conocimiento de la percepción social en los estudios sobre el paisaje cultural. Teniendo en cuenta lo anterior, puede ser útil, en primer lugar, hacer una rápida aproximación al paisaje como objeto de conocimiento (gnoseología) y como campo de la ciencia (epistemología).

Las aproximaciones posibles a un objeto multifacético como el paisaje son, por necesidad, multidisciplinarias. Tal postura ha conducido a un holismo que, a veces, no ha ayudado a la delimitación del concepto de paisaje como objeto manejable de conocimiento científico. Esta dificultad no ha sido resuelta satisfactoriamente por visiones disciplinares exclusivas desde el cientifismo positivista a través de posiciones de las ciencias naturales, de la biología o la geomorfología, pero también de la economía o de la geografía. Como vía alternativa, se han desarrollado otras vías de solución gracias al auge de las ciencias sociales<sup>1</sup> –o los enfoques sociales producidos en otras como la geografía o la historia– desde el último cuarto del siglo xx.

El enfoque del paisaje como objeto en continua construcción social, el cual podrá conocerse científicamente desde otros muchos puntos de vista (cultural, histórico, geográfico, artístico, ambiental, arquitectónico, económico, psicológico...), favorece sin duda el manejo de una idea de paisaje en su complejidad:

- por un lado, el paisaje es reconocible como un objeto material, un “ser que es”, que incorpora la parte material intrínseca –propia del conocimiento “positivo” tradicional–, tales como sus componentes o categorías físicas tratados por la geología, la litología, la climatología, etc., o sus componentes biológicos en interacción continua de animales y plantas tratados por la biología o la ecología.
- por otro lado, el paisaje es también un objeto formal (o “formado”), un “ser que se hace”, y que por tanto incorpora al ser humano como un agente constitutivo y necesario. Este agente humano es activo porque toma decisiones, es dialéctico porque se ve afectado por su posición en un mapa social, económico, político, cultural determinado, y es histórico porque actúa en cada presente con respuestas a lo aprendido del pasado.

Tal planteamiento<sup>2</sup> implica que materia y forma son indisolubles y que, por tanto, el paisaje como ciencia incorpora tanto aspectos empíricos como teóricos lógicos-formales y que su racionalidad, o la lógica relacional entre ambos aspectos, la proporciona un contexto social. Ese vínculo de lo social, como aglutinante de un modo de adquirir conocimiento científico, con una manera de hacer ciencia permite valorar la influencia creciente de las ciencias sociales en diferentes ámbitos disciplinares desde los años setenta del pasado siglo. No entraremos a valorar con mayor detalle

---

1 Véase, por ejemplo, el ensayo de Cosgrove (1998) publicado por primera vez en 1984 con bastante repercusión en el contexto de historiadores y geógrafos culturales del ámbito anglosajón.

2 Se ha seguido el hilo argumental que presenta Moradiellos (2009) en su exposición de la naturaleza de las ciencias y el conocimiento científico en el que utiliza una acepción de la ciencia que extiende el concepto “positivo” o moderno a prácticas, actividades y realidades que ya no son empírico-naturales ni abstracto-formales, sino genuinamente humanas y sociales. Véase la p. 26 de la publicación referida.

la circunstancia de este proceso que convivía con el fenómeno de la posmodernidad y que, en las ciencias humanas, ya estaba suponiendo la entrada en crisis de numerosas disciplinas que parecían haber perdido la conexión con la realidad al no poder responder satisfactoriamente a los problemas de su tiempo con el apoyo de teorías o formas de concebir el mundo también en crisis.

La antropología, a través de la etnografía, estudia el cambio social, la vida cultural formal y simbólica de las sociedades en sus distintas dimensiones (ecológica, económica, política, religiosa...). Para dichas disciplinas, el paisaje es, por tanto, un campo y objeto de estudio emergente en tanto “constructo social”, sobre el que es posible aplicar sus propios métodos y técnicas, las cuales se ven asimismo influenciadas por los cambios tecnológicos contemporáneos.

Las tecnologías digitales, y más particularmente el fenómeno de internet globalizado desde mediados de los años noventa del pasado siglo, conforman un “ecosistema” típico de la posmodernidad, donde se produce una indefinición de límites entre humano y máquina, entre realidad y virtualidad, que se torna en un objeto de estudio no solo para los campos de la ingeniería y otras disciplinas tecnológicas sino también para las ciencias humanas y sociales (Hine, 2004). La antropología introduce una aproximación de las tecnologías digitales como internet en un doble sentido: como cultura misma –parte de la vida cotidiana, de las relaciones sociales y nuestra posición o visión del mundo– y como producto cultural –siendo la cultura digital todas “las cosas que la gente crea, hace, dice, piensa o experimenta con bits” (Ardèvol y Lanzeni, 2014, p. 14)– .

Según lo expuesto, este contexto, que dibuja unos nuevos modos de investigación social mediados por las tecnologías digitales, tendrá necesariamente su repercusión en los estudios sobre paisaje. Hasta ahora, en estas líneas, se ha presentado un concepto de paisaje pertinente e interesante para las ciencias sociales, las cuales, a su vez, se enfrentan a su adaptación e incluso a su reformulación, como en el caso de otras muchas disciplinas, en el marco de las humanidades digitales.

A continuación –capítulo 3– se ofrece, primero, un breve análisis del viaje “posmoderno” de la denominada etnografía virtual a partir de unos pocos textos de referencia seleccionados por ofrecer entre todos un análisis crítico de los últimos 25 años de debate teórico y práctico.

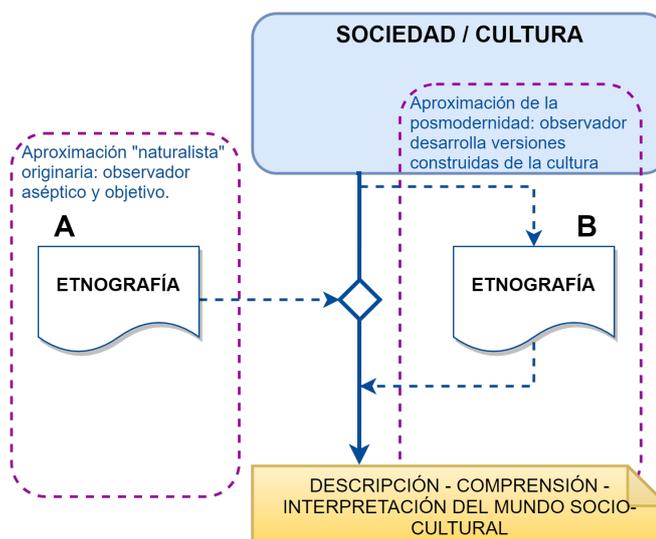
### **3. El recorrido de la etnografía virtual**

Desde mediados del siglo xx se han mantenido cuestionamientos dentro de la propia antropología y las técnicas etnográficas que iban desde el propio papel de neutralidad o asepsia interpretativa de la persona que investiga hasta la apertura de nuevos campos de estudio cada vez más atomizados, toda vez que el panorama de la descolonización se había consolidado a nivel planetario y el fenómeno de globalidad, mezcla y ubicuidad de las culturas o formas culturales se iba haciendo cada vez más evidente.

Se manifestará entonces un debate extremo entre las visiones cuantitativas –que habían, de alguna manera, desarrollado gran influencia en disciplinas sociales y humanas desde el fin de la

Segunda Guerra Mundial– y cualitativas como la antropología. Esta situación eclosionará a partir de los años setenta, cuando el punto de evolución de las crisis políticas y económicas globales del momento (Guerra Fría, crisis del petróleo...) hará factible un cierto abandono de las promesas cuantitativas y el incremento de las visiones de análisis complejo de tipo etnográfico más próximas a los niveles interpretativos de la cultura y las relaciones sociales desde el acuerdo, la evidencia del conflicto, etc. Las posturas teóricas dominantes entran en caída poco después, alrededor de la implosión del bloque soviético a finales de los ochenta, como es el caso de aquellas corrientes inspiradas por el marxismo estructural o academicista que proporcionaban coberturas metodológicas y explicativas a la práctica de la investigación social.

En este contexto se produce, igualmente, una crisis del modelo etnográfico clásico en el que la investigación se asumía siempre realista y objetiva en cuanto a la descripción, interpretación y transmisión de lo que ocurría (Hine, 2004; Guber, 2011). Se pasó por tanto a considerar la “realidad” como necesariamente construida y afectada por el compromiso disciplinar inherente a la práctica etnográfica (Figura 1).



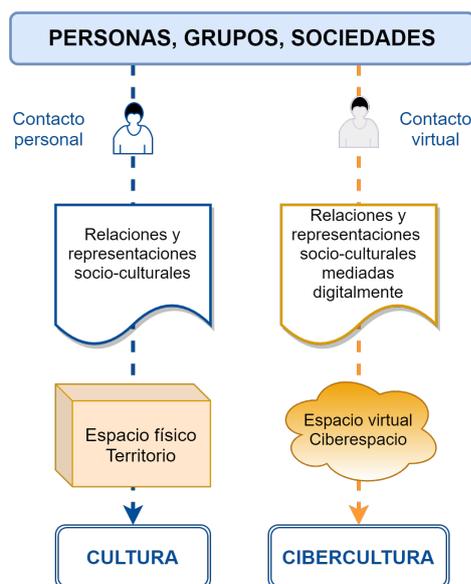
**Figura 1.** Modelo tradicional "naturalista" (A) y modelo crítico (B) de la etnografía desde el último cuarto del siglo XX. Elaboración propia basada en Hine (2004).

Como colofón del final de las “grandes teorías” de la modernidad, la humanidad se sitúa a finales del siglo xx en un umbral tecnológico sin parangón, donde se han consolidado los medios digitales de información y comunicación, sobre todo internet, como vehículos rápidos y accesibles para lograr un cambio de modelo en las relaciones sociales y culturales en todos los niveles y afectando a cualquier aspecto del mundo cotidiano.

En un planteamiento esquemático del problema, puede decirse que en un nuevo marco de trabajo mediado por las nuevas tecnologías digitales hay una traslación de conceptos que están en las relaciones y representaciones socio-culturales (Figura 2).

- Por un lado, los contactos con los agentes pasan, de ser personales o directos, a convertirse en virtuales.

- Por otro lado, se producen las relaciones socio-culturales en un nuevo contexto des-especializado donde el lugar o el territorio son ahora un espacio virtual o ciberespacio.
- Por último, se da forma a un concepto, la cibercultura, que engloba las relaciones, contenidos y significados culturales que conforman y se producen en dicho ciberespacio. Como efecto añadido por la complejidad del panorama, internet puede considerarse o estudiarse como cultura en sí misma o también como producto cultural .



**Figura 2.** Modelos diferenciados de relaciones socio-culturales según la disponibilidad de los entornos mediados digitales. Elaboración propia basada en Hine (2004) y Mosquera (2008).

Quedaría así delimitada la crisis de las convenciones establecidas en la pasada “modernidad” de la etnografía. Hine (2004) establece que la triple crisis de la representación (ontología: ¿la etnografía es capaz de describir y explicar las formas culturales?), la legitimidad (epistemología: ¿es válido el conocimiento adquirido en la investigación?) y la praxis (metodología: ¿se cuenta con métodos y técnica fiables de investigación en estos nuevos campos de estudio?) abre una oportunidad a un replanteamiento de la disciplina<sup>3</sup>.

El planteamiento de la etnografía debe abordar por tanto, (1) el problema de la interacción directa, (2) el tratamiento de los documentos fuente en una nueva textualidad y (3) la constitución del objeto en tanto delimitado espacialmente o virtualmente (Figura 3).

3 Se sigue el trabajo de Hine que desarrolla a finales de los noventa y se publica en 2000. Su aportación es considerada seminal aunque ella misma recoge iniciativas y preliminares de otros autores acerca de la etnografía mediada tecnológicamente.

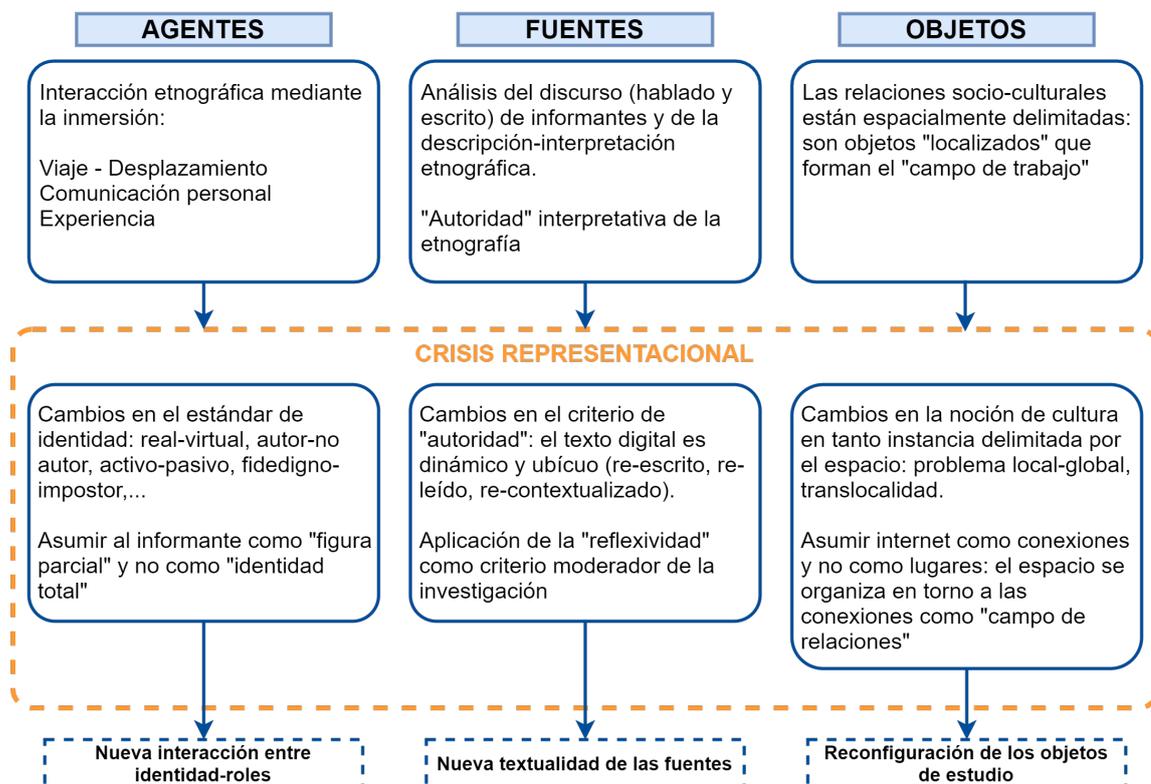
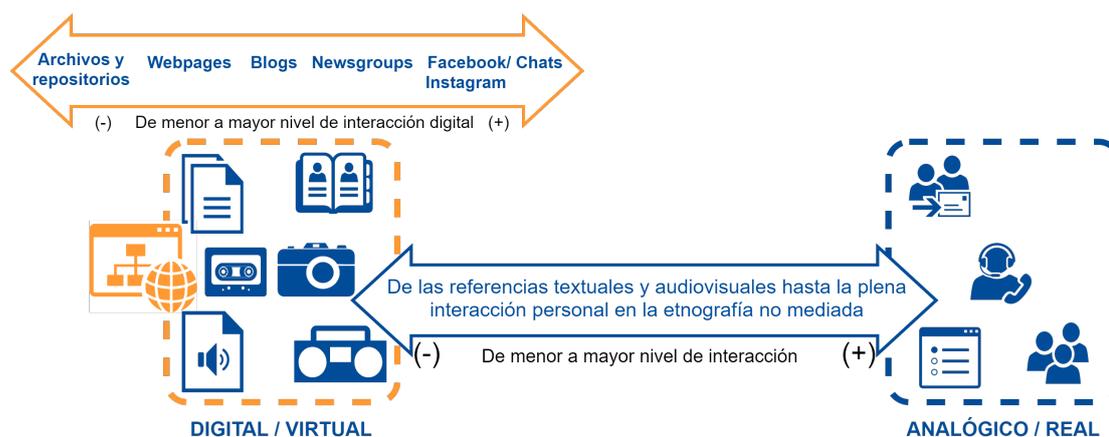


Figura 3. Nuevos modos representacionales en la etnografía tras el impacto de la mediación tecnológica de internet. Elaboración propia basada en Hine (2004).

Las soluciones establecidas tratan, en el primer caso, de modificar el tópicus de la autenticidad que subyace tras esos nuevos modos de interacción que cuestionan la inmersión clásica mediante el viaje y la experiencia directa personal. Por tanto se consideraría útil que la investigación etnográfica considere la autenticidad también como un elemento más del análisis exponiendo en qué cambia el concepto y traduciendo los significados de un tipo de discurso a otro.

En el segundo caso, los documentos generados por la investigación en una interacción clásica pueden ser entendidos ahora como convertidos en la inmensidad de textos alojados en internet. El ciberespacio entendido como un compuesto de textos (Figura 4) refleja, de alguna manera, las interacciones (en tanto acciones encadenadas de leer-escribir) que deben ser desveladas por la investigación etnográfica en un proceso interpretativo y de comprensión de los significados sociales subyacentes más que como representaciones precisas y detalladas de la realidad y evitando situarlos en clave de veracidad o falsedad.



**Figura 4.** Modelos y gradientes de interacción física y digital en los que se ordenan tanto intervinientes y documentos como medios tecnológicos y productos digitales. Elaboración propia.

En internet, por tanto, las personas implicadas en la autoría y lectura de los textos son igualmente actores en la construcción de significados culturales. La investigación etnográfica podrá situarse en uno u otro rol aplicando la herramienta de la reflexividad como estrategia que paliaría esa diferente experiencia de interacción en la mediación digital. La reflexividad actúa como contrapeso o equilibrador de la absoluta objetividad en un compromiso que busca mantener el criterio de autoridad de la persona conductora de la investigación.

Por último, en el tercer caso, el anterior objeto de investigación o campo de trabajo se asignaba siempre a un lugar físico. El cambio de enfoque digital comporta una modificación del objeto etnográfico más allá de la espacialidad. La estrategia que se propone es interpretar internet como un espacio de flujos y conexiones, al modo que otros autores interpretan el mundo globalizado (Castells, 2005).

Finalmente, el planteamiento y las soluciones propuestas entonces sobre dicha triple crisis, Hine establece 10 principios de la etnografía virtual muy centrados en la complejidad de internet como forma mediada de interacción (Hine, 2004), a saber:

1. Internet pervive o tiene sentido como forma de comunicación a través de los usos interpretados y reinterpretados que son posibles hacer de la red.
2. Internet, en contra de algo apartado de la “vida real”, se conecta de formas complejas con los entornos físicos y depende de las tecnologías y también de los usuarios y contextos.
3. Internet obliga reconsiderar la conformación y configuración del espacio. Más allá de ser multi-situada, se trataría de una etnografía fluida, dinámica y móvil.
4. Desde lo anterior se sigue que el objeto de investigación etnográfica debe ser también reformulado para centrarse en los flujos y conexiones en vez de en las localidades y los límites.
5. En internet, los límites del objeto de investigación no pueden ser establecidos a priori

sino que se exploran y reformulan en el curso de la práctica etnográfica siguiendo las relaciones y conexiones.

6. Internet también obliga a un replanteamiento de lo temporal que sitúa a la etnografía virtual como un “intersticio”, es decir, un vehículo que transporta a la persona que investiga a convivir intermitentemente en diferentes procesos conforme cambian participantes del estudio y actividades.

7. La etnografía virtual es siempre parcial, niega una descripción holística de la cultura y debe irse más allá de una noción aislable y perfectamente descriptible de cualquier informante, localización o cultura.

8. Internet exige, si cabe, intensificar la inmersión personal en la interacción mediada de la etnografía virtual. Se exige una interacción entre agente etnográfico con informantes, al igual que con la propia tecnología.

9. En la etnografía virtual toda forma de interacción es válida más allá de las que implican el cara a cara. La nueva complejidad hace que los informantes estén incorporados o ausentes, y la tecnología posibilita nuevas formas de desplazamiento y soportes espaciales y temporales.

10. Esta etnografía no es solo virtual por carecer de cuerpo físico, sino también por ser una técnica o un método “casi” o no del todo conseguible. Se quiere decir que la etnografía virtual es adaptable según las condiciones, contexto, interacciones, etc. en las que se encuentre en cada momento.

La propia autora advierte de que el último principio es fundamental para contextualizar a los anteriores en la comprensión de su modelo. Sin embargo, advierte también, el principio décimo puede entenderse de manera extrema como contradicción de todos los anteriores. Esta puntualización tendrá relevancia en la evolución de esta práctica de la etnografía, e incluso, de su propio apellido “virtual”.

Años después, una vez reconocido el trabajo de Hine como fundamental para el trabajo etnográfico en internet de inicios del 2000, van a surgir sucesivas posturas con matizaciones conceptuales y metodológicas sobre la denominada etnografía virtual.

Para entender el proceso, debe tenerse en cuenta la propia evolución tecnológica sucedida en el propio internet hasta la actualidad sin olvidar lo que supone incorporar en este contexto el espectacular incremento de las comunicaciones móviles.

En los primeros años, una serie de investigaciones reciben estos planteamientos y se disponen a desarrollarlos mediante la práctica y la difusión. Un ejemplo de esto último en España es el trabajo desarrollado por la Universitat Oberta de Catalunya (UOC) que difunde el trabajo de Hine. En este contexto se cuenta con variados ejemplos<sup>4</sup> de puesta en práctica en trabajos de campo (Ardèvol,

---

4 Puede ampliarse la información que se ofrece a través del sitio web del grupo de investigación MEDIACCIONS de la UOC en: <http://transfer.rdi.uoc.edu/es/grupo/research-group-digital-media-and-culture> (Consulta: 7-abril-2020). Igualmente, pueden consultarse los índices de la revista *Digithum*, publicada por dicha universidad, que muestran la intensa actividad en esta materia en los últimos años, disponible en: <https://digithum.uoc.edu/> (Consulta: 7-abril-

Bertran, Callén y Pérez, 2003; Heredia, 2005) o en técnicas de apoyo de la antropología como el estudio de la producción visual en internet (Estalella y Ardèvol, 2010).

En unos pocos años se habían llegado a asumir hasta tres líneas principales de trabajo que tenían como hilo común el uso de las nuevas tecnologías digitales. Ordenadas de acuerdo a su finalidad (Ardèvol, 2007), serían:

1. Para la producción y difusión de conocimiento antropológico. Una cámara digital, un ordenador para almacenar datos y publicarlos, etc. En este caso la investigación puede seguir siendo en vivo (off-line).
2. Para conseguir datos que nos interesan, o adaptar las técnicas analógicas habituales (entrevista, cuestionarios...) a la comunicación mediada por ordenador. Utilizar internet como método para la obtención de datos sobre cualquier temática.
3. Para el estudio propio de internet como objeto de estudio, sus comunidades, sus mundos, sus relaciones y sus prácticas sociales.

Con posterioridad, la misma autora añade una cuarta línea de actividad (Ardèvol, 2011):

4. Para la investigación online y offline. Porque internet se convierte en parte del objeto de estudio en tanto la persona que investiga y las participantes utilizan este medio entre otros para representarse socialmente.

De alguna forma las motivaciones iniciales que fundamentaban la adopción del apellido “virtual” para esta etnografía también se han visto modificadas. Debe tenerse en cuenta que, en un primer momento, entre los medios digitales disponibles, extensivos a cualquier investigación etnográfica mediada tecnológicamente, no tenían tanto peso los basados en internet y las posibilidades de interacción actuales.

De hecho, si se repasan los enfoques favoritos presentes en las publicaciones iniciales, se hacía muchísimo hincapié en las prácticas sociales a través de los nuevos medios audiovisuales digitales (fotografía, video...), el estudio de aplicaciones lúdicas y la conformación de mundos virtuales (videojuegos), el comportamiento de comunidades a través del uso de nuevas tecnologías –sobre todo como receptoras y menos como creadoras–, etc. (Ardèvol, Estalella y Domínguez, 2008).

Por otra parte, también se han manejado otras alternativas como “apellido” a la disciplina que, en definitiva, traducen el dinamismo del debate dispuesto a despejar dudas epistemológicas. Pueden citarse, entre otras, netnografía, ciberetnografía, etnografía virtualizada, etnografía de lo digital, etc. (Puente, 2013).

La cuestión del apellido “virtual” ha llevado, incluso, hasta un propio microdebate continuado en la actualidad. La autora de la obra de referencia publicaba años después un nuevo manual en el que continuaba dando validez a las prácticas que presentó en 2000, aunque explicaba:

he prescindido del epíteto "virtual" porque ya no es útil ante el Internet incrustado de manera múltiple y supone como una distracción en la gran tarea de comprender lo que

este Internet, que es muy real en su experiencia y consecuencias, significa para nuestros modos contemporáneos de existencia. (Hine, 2015, p. 87) (traducción propia).

Lo que estaba produciéndose es una toma de conciencia del nuevo internet evolucionado que incluso afectaba al título de la nueva publicación en la que figuraba que se trataba de una etnografía “para internet” y no “en” o “de” internet:

La diferencia clave entre el enfoque que defendí en ese momento y el enfoque que desarrollo aquí proviene de una mayor conciencia de las diversas formas de integración que dan sentido a Internet. A medida que Internet se ha incrustado en más aspectos de la existencia cotidiana, y a medida que se ha profundizado el entrelazamiento de prácticas materiales y digitales, la forma potencial de los lugares de trabajo de campo se ha diversificado y las conexiones potenciales para el etnógrafo se han multiplicado. (Hine, 2015, p. 86) (traducción propia).

Otros autores ya habían incorporado estas visiones como adaptaciones más allá de la etnografía centrada en el papel de internet y que incluso pasan a denominar la disciplina como antropología o etnografía digital (Murthy, 2008; Miller y Horst, 2012; Pink, Horst, Postill, Hjorth y Tacchi, 2016). En estas publicaciones se cita un fenómeno común que de alguna manera hacía que se reconsiderase la preocupación por el nivel de interacción que separaba, como se vio anteriormente, la práctica de la etnografía “clásica” que priorizaba el cara a cara y que se imponía como un obstáculo insalvable para la etnografía virtual. Este fenómeno había sido la aparición y consolidación de la Web 2.0 –llamada también la web social– a partir de 2004 (O’Reilly, 2007).

Se había llegado, por tanto, en unos pocos años ha establecer otro listado alternativo de “principios” para el desarrollo de la nueva disciplina. En este caso, bajo el prisma de la antropología, se establecían seis puntos (Miller y Horst, 2012):

1. Lo digital intensifica la naturaleza dialéctica de la cultura, en tanto que “lo digital” es todo lo que puede ser reducido a código binario –lo cual produce un aumento de particularidad y diferencia–, y la “dialéctica” se entiende como las relaciones producidas entre el desarrollo de universalidad y particularidad y las conexiones intrínsecas entre sus efectos positivos y negativos.
2. La humanidad no está más mediada por el hecho del auge de lo digital. Sería un error establecer que el mundo pre-digital conlleva un mayor nivel de realidad o autenticidad.
3. Compromiso con el holismo. La etnografía podrá enfocar aspectos particulares en una investigación, pero la antropología lo habrá de integrar en las visiones globales de la cultura.
4. Valora la importancia del relativismo cultural. Lo digital no es necesariamente homogeneizador sino que también da voz y presencia a lo periférico o distinto.
5. Reconocer la esencial ambigüedad de lo digital, que es evidente en aspectos como su posición variable transparente y opaca en aspectos como la política o la privacidad.
6. Reconocer la materialidad del mundo digital que implicaría olvidar el tópico de lo virtual o irreal y asumir las tecnologías como un puente entre lo real o material y el destinatario.

Una vez superados, como puede parecer, los tópicos de la interacción o la autenticidad en la valoración de las tecnologías mediadas, quizás se haya abierto definitivamente el campo y la metodología de toda una disciplina, la etnografía, para hacerla global en todo lo que implique lo digital: desde la virtualidad que ofrecen las comunicaciones en la red de internet hasta las prácticas basadas en la telefonía móvil o en las experiencias audiovisuales, la prensa digital, los juegos o la constelación de pequeños dispositivos digitales presentes de forma creciente en la vida cotidiana.

## Referencias

- Ardèvol, Elisenda; Bertran, Marta; Callén, Blanca.; y Pérez, Carmen (2003). “Etnografía virtualizada: la observación participante y la entrevista semiestructurada en línea”. *Athenea Digital*, 3, págs. 72-92. Disponible en: <<https://doi.org/10.5565/rev/athenead/v1n3.67>> (Consulta: 7-abril-2020).
- Ardèvol, Elisenda (2007, mayo 28). “Etnografía Digital” [Entrada de blog]. *Etnovirtual. Estudios cualitativos de Internet*. Disponible en: <<https://etnovirtual.wordpress.com/2007/05/28/etnografia-digital/>> (Consulta: 8-abril-2020).
- Ardèvol, Elisenda; Estalella, Adolfo; y Domínguez, Daniel (Eds.) (2008). *La mediación tecnológica en la práctica etnográfica* (Vol. 5). XI Congreso de Antropología de la FAAEE. San Sebastián: ANKULEGI Antropología Elkartea. Disponible en: <<https://www.ankulegi.org/5-la-mediacion-tecnologica-en-la-practica-etnografica/>> (Consulta: 8-abril-2020).
- Ardèvol, Elisenda (2011, enero 17). “Etnografía digital” [Entrada de blog]. *Mediaciones. Antropología de los media*. Disponible en: <<https://eardevol.wordpress.com/2011/01/17/etnografia-digital/>> (Consulta: 8-abril-2020).
- Ardèvol, Elisenda; y Lanzeni, Débora (2014). “Visualidades y materialidades de lo digital: caminos desde la antropología”. *Anthropologica del Departamento de Ciencias Sociales*, 32 (33), págs. 11-38. Disponible en: <<http://revistas.pucp.edu.pe/index.php/anthropologica/article/view/11324>> (Consulta: 7-abril-2020).
- Castells, Manuel (2005). *La era de la información: Economía, sociedad y cultura. I. La sociedad red*. Madrid: Alianza Editorial.
- Estalella, Adolfo; y Ardèvol, Elisenda (2010). “Internet: instrumento de investigación y campo de estudio para la antropología visual”. *Revista Chilena de Antropología Visual*, 15, págs. 1-21. Disponible en: <[http://www.antropologiavisual.cl/sites/default/files/ardevol\\_estalella\\_imp.pdf](http://www.antropologiavisual.cl/sites/default/files/ardevol_estalella_imp.pdf)> (Consulta: 7-abril-2020).
- Guber, Rosana (2011). *La etnografía: Método, campo y reflexividad*. Buenos Aires: Siglo Veintiuno Editores.
- Hine, Christine (2004). *Etnografía virtual*. Colección Nuevas Tecnologías y Sociedad. Barcelona: Editorial UOC. Disponible en: <<https://seminariosocioantropologia.files.wordpress.com/2014/03/hine-christine-etnografia-virtual-uoc.pdf>> (Consulta: 8-abril-2020).
- Hine, Christine (2015). *Ethnography for the Internet: Embedded, Embodied and Everyday*. Fakenham UK: Bloomsbury Publishing.
- Heredía, Mayte (2005). “‘Entrar y salir, entrar y mirar, entrar y quedarse’ Fases metodológicas a una aproximación etnográfica virtual gitana”. *Perifèria Revista de Recerca i Formació en Antropologia*, 3 (2), págs. 5-23. Disponible en: <<https://doi.org/10.5565/rev/periferia.147>> (Consulta: 7-abril-2020).
- Horst, Heather A.; & Miller, Daniel (Eds.). (2012). *Digital Anthropology*. London: Berg Publishers.
- Miller, Daniel; y Horst, Heather A. (2012). “The Digital and the Human: A Prospectus for Digital Anthropology”. En: Horst, Heather A., y Miller, Daniel (Eds.). *Digital Anthropology*, págs. 3-35. London: Berg Publishers.
- Meneses Cabrera, Tania; y Cardozo Cardona, John Jairo (2014). “La Etnografía: una posibilidad metodológica para la investigación en cibercultura”. *Revista Encuentros*, Universidad Autónoma del Caribe, 12 (2), págs. 93-103. Disponible en: <<http://ojs.uac.edu.co/index.php/encuentros/article/view/272/254>> (Consulta: 7-abril-2020).

Mosquera Villegas, Manuel Andrés (2008). “De la Etnografía antropológica a la Etnografía virtual. Estudio de las relaciones sociales mediadas por Internet”. *Fermentum Revista Venezolana de Sociología y Antropología*, 18 (53), págs. 532-549. Disponible en: <<http://www.saber.ula.ve/handle/123456789/28656>> (Consulta: 7-abril-2020).

Murthy, Dhiraj (2008). “Digital Ethnography: An Examination of the Use of New Technologies for Social Research”. *Sociology*, 42, 5, págs. 837-855. Disponible en: <<https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/0038038508094565>> (Consulta: 7-abril-2020).

O’Reilly, Tim (2007). “What Is Web 2.0: Design Pattern and Business Models for the Next Generation of Software”. *Communications & Strategies*, 65 (1st quarter), págs. 17-37. Disponible en: <<https://mpa.ub.uni-muenchen.de/4580/>> (Consulta: 8-abril-2020).

Pink, Sarah; Horst, Heather A.; Postill, John; Hjorth, Larissa; Lewis, Tania; y Tacchi, Jo (2016). *Digital Ethnography: Principles and Practice*. London: SAGE Publications.

Puente, Héctor (2013, marzo 27). “De etnografías virtuales y nomadismo” [Entrada de blog]. *Sociología ordinaria*. Disponible en: <<https://sociologiaordinaria.com/2013/03/27/de-etnografias-virtuales-y-nomadismo>> (Consulta: 8-abril-2020).