

## Antropología Experimental

<http://revistaselectronicas.ujaen.es/index.php/rae>

2021. nº 21. Texto 21: 317-329

Universidad de Jaén (España)  
ISSN: 1578-4282 Depósito legal: J-154-200

DOI: <https://dx.doi.org/10.17561/rae.v21.5994>

Recibido: 22-01-2020 Admitido: 18-03-2021

### **Punto de partida. De la era hiperdigital y el campo de estudio**

**Ángela RIVERA MARTÍNEZ**

Escuela Nacional de Antropología e Historia (México)  
angelariveramartinez@gmail.com

#### **Starting point. About the hyperdigital era and the field of study**

##### **Resumen**

Este artículo refleja el punto inicial de mi tesis de maestría, sobre las maneras en las cuales la era hiperdigital ha permeado nuestras vidas y cómo es imposible comprenderlo como algo indisociado a la producción de representaciones culturales y de fenómenos sociales sobre/con/del cuerpo. Aquí está, paso a paso, cómo desarrollé la investigación, combinando técnicas y estudiando, en la medida de lo posible, las distintas escuelas de metodologías digitales para una exploración singular del campo de estudio. De dicho modo, planteo y describo mi metodología y sus procedimientos: herramientas como lo que denomino el “vagabundeo digital”, la realización de entrevistas focalizadas, la etnografía *online* y *offline*, entre otros procesos.

##### **Abstract**

This article reflects the starting point of my master's thesis, on the ways in which the hyperdigital era has permeated our lives and how it is impossible to understand it as something inseparable from the production of cultural representations and social phenomena on/with/of the body. Here is, step by step, how I developed the research, combining techniques and studying, as far as possible, the different schools of digital methodologies for a singular exploration of the field of study. In this way, I propose and describe my methodology and its procedures: tools such as what I call “digital wandering”, conducting focused interviews, online and offline ethnography, among other processes.

##### **Palabras clave**

Metodología. Etnografía. Internet. Cuerpo. Redes sociales  
Methodology. Ethnography. Internet. Body. Social media

## Introducción

El presente texto proviene en gran medida del primer capítulo mi tesis de maestría (Rivera, 2018), en el cual delinee las aproximaciones y herramientas a aplicar durante la correspondiente etnografía. Mi propósito es documentar mi experiencia y las distintas decisiones estratégicas que fui tomando en el transcurso de mi investigación de maestría. Explicaré cómo dicho recorrer me llevó a identificar un espacio particular que decidí trabajar y abordar; una agencia de modelos con características particulares que la diferenciaban de agencias tradicionales y convencionales de modelos. Dicho negocio poseía la particularidad de estar ubicado únicamente en el mundo digital de la Ciudad de México, congruentemente a la era hiperdigital. Por este término, que retomo de Feixa, Fernández-Planells y Figueras-Maz (2016) se comprende la idea de una transición desde la era digital a la consolidación de la web 2.0 en la que el consumidor puede convertirse en pocos pasos en un productor de contenidos.

Para la realización de la investigación, fueron utilizadas técnicas derivadas de una metodología multisituada. A lo largo de este artículo, explicaré la elección de efectuar observación *online* y *offline*, etnografía digital y en contextos *offline* de participación de la agencia, como desfiles y pláticas, además de entrevistas focalizadas a siete modelos pertenecientes a “Güerxs” entre diciembre de 2016 a febrero de 2018. En un primer momento presentaré una breve reflexión encarnada como etnógrafa inserta en la contemporaneidad virtual. Después, profundizaré en los aportes teóricos sobre Internet y en mis vivencias del campo para pasar a las herramientas seleccionadas; cerrando con consideraciones sobre límites porosos y transitables a modo de cierre.

## Sobre el cuerpo y la etnografía virtual: mi experiencia metodológica

*Por internet te conocí y de ti tanto aprendí, por internet los conocí a todos (Dadalú, Internet) <sup>1</sup>*

Cuando comenzaba a pensar en la manera en que podría abordar el tema de la investigación, intuía que me llevaría a otras formas de poner en práctica la etnografía. No puedo pensar mi vida, conforme a la manera en que la he ido diseñando, fuera de internet. Soy parte de una generación que construyó sus narrativas acompañadas por *nicknames*, emoticones, perfiles en páginas como *Fotolog*<sup>2</sup> –el país en el que crecí, Chile, lidera la lista de los lugares con más cuentas creadas en el mundo– *MySpace*, *Blogspot*, canales de chat, hasta las redes sociales de uso actual. De éstas no tengo pleno conocimiento, pero preliminarmente puedo mencionar, tanto por mi propio uso como el de algunos afines, *WhatsApp*, *Facebook*, *Twitter*, *Snapchat*, *Instagram*, entre otras redes, cada una con distintos usos.

El trabajo con jóvenes como una categoría construida culturalmente, relacional y flexible (Feixa, 1999; Reguillo, 2012; Urteaga, 2011 y 2012) sugiere pensar los paradigmas tradicionales de abordaje en el campo para revisarlos y determinar su pertinencia; y eso es precisamente lo que este caso de estudio ha dinamitado. La agencia de modelos “Güerxs” está conformada por un grupo de jóvenes mexicanos, habitantes de la Ciudad de México, que presentan una propuesta de agencia “no convencional” de modelos a la que algunos medios de comunicación –digitales y no digitales– han prestado atención y han comenzado a documentar su emergencia bajo la idea de una nueva tendencia. Ésta involucra algunos asuntos de los cuales mi investigación se hizo cargo: cuerpos,

<sup>1</sup> La canción “Internet” de la histriónica rapera chilena Dadalú caracteriza, en gran medida, la forma en que las y los jóvenes nos relacionamos hoy. Desde mi perspectiva, cada una de las estrofas y líneas, suenan como un himno generacional de nuestras vidas hiperdigitalizadas con/en/por internet. Por ello, a lo largo del texto, recurro a ciertas rimas y frases que aparecen en esta canción.

<sup>2</sup> *Fotolog.com*, iniciado como *Fotolog.net*, es el sitio web de publicación de fotografías más grande del mundo incluso superando a *Flickr*. Dedicado a blogs fotográficos, conocidos genéricamente como “fotologs”. Su último eslogan fue: *Share your world with the world* (en español: “Comparte tu mundo con el mundo”). Chile fue el país con más cuentas creadas en *Fotolog*, en septiembre de 2008 se contabilizaron 4,8 millones (*Fotolog.com*, 2018).

jóvenes y juventud, géneros, así como las distintas formas en que estas categorías pueden generar intersecciones y vincularse entre sí.

Mis objetivos de investigación se vieron alterados, modificados y modelados por distintos componentes, comentarios de maestras, retroalimentaciones de compañeras y amigas<sup>3</sup>, y por supuesto el principal factor de plasticidad al cual nos enfrentamos con relativo conocimiento previo: el trabajo con las y los sujetos con quienes investigamos y la propia capacidad para abordar tantas o menos problemáticas. Comencé pensando en muchas dimensiones para trabajar, la mayoría de ellas con absoluta pertinencia, pero el tiempo como factor decisivo hizo postergar y dejar “en carpeta” otras discusiones que se quisieron realizar en algún momento. Estamos llenas de conceptos y teorías que, de alguna forma, quieren buscar su curso; más aún, bajo el manto de ansiedad que nos cubre cuando comenzamos un proyecto que nos emociona, asombra y entusiasma, ya que sin esos componentes ¿de dónde obtenemos la energía, la motivación y el asombro inicial para luego volver la mirada de forma crítica sobre nuestros temas de investigación?

Por ello, luego de revisiones y dejando de lado ambiciones, el objetivo general quedó planteado como analizar las representaciones culturales sobre el cuerpo juvenil y el cuerpo generizado desde la propuesta estética de la agencia de modelos “Güerxs” de la Ciudad de México. Pensé en poder comprender e identificar los vasos comunicantes y las conexiones fluidas que pueden alcanzar los conceptos como género y juventud, y en no constreñir la búsqueda a dicotomías que se ven rebasadas por las propias narrativas de las y los jóvenes. De esta manera, los objetivos específicos, los cuales trazan el camino o ruta para la consecución del objetivo general, fueron: 1) Describir y problematizar las representaciones de juventud y género a través de los discursos y las prácticas corporales de los y las modelos; 2) Analizar las representaciones de cuerpo, juventud y género por medio de las imágenes y valoraciones de los y las modelos; 3) Identificar los símbolos estéticos que se producen en torno al cuerpo, la juventud y el género. Así, posteriormente podría examinar la producción de representaciones culturales sobre las categorías señaladas, en el marco de entornos dialogantes *online* y *offline*.

De esta construcción de objetivos escaparon principalmente las preguntas por las formas de trabajo y empleo en el mundo de la moda y las relaciones entorno al consumo y mercado. Estratégicamente se decidió postergar la profundidad de esas dimensiones para poder indagar más a fondo sobre las categorías de cuerpo, juventud y género, situadas y ubicadas en el mundo de la moda y en el caso de la agencia Güerxs, agencia con localización únicamente en la plataforma de *Instagram*.<sup>4</sup>

Dos de las principales problemáticas metodológicas que presentaba esta investigación sería cómo abordar el cuerpo y las prácticas corporales como objeto de la investigación digital. El contexto particular de este espacio con el que trabajé –la agencia de modelos “Güerxs”– está dado por tener ubicación únicamente *online* y, a partir de ello, desde un comienzo comprendí que todas las interacciones y, por tanto, el método, las herramientas y las decisiones estarían mediadas por lo digital. Una de las decisiones fue situar y enmarcar esta investigación dentro de lo que entiendo por métodos digitales. Según Ortega y Caloca (2016: 8), no son sólo herramientas o técnicas, sino que comprenden:

---

<sup>3</sup> Agradezco especialmente a Constansa Vergara, compañera de línea de investigación y amiga, por sus constantes aportes y conversaciones, y a Victoria López Rosete por sus hábiles y lúcidas observaciones.

<sup>4</sup> *Instagram* es una red social y aplicación para subir fotos y vídeos. Sus usuarios también pueden aplicar efectos fotográficos como filtros, marcos, similitudes térmicas, áreas subyacentes en las bases cóncavas, colores retro, y posteriormente compartir las fotografías en la misma red social o en otras como *Facebook*, *Tumblr*, *Flickr* y *Twitter*. Una característica distintiva de la aplicación es que da una forma cuadrada a las fotografías en honor a la *Kodak Instamatic* y las cámaras *Polaroid*, contrastando con la relación de aspecto 16:9 y 4:3 que actualmente usan la mayoría de las cámaras de teléfonos móviles. Hoy en día, las fotos pueden estar en horizontal y en vertical sin el uso de bordes blancos, aunque estas son recortadas parcialmente. También hay un medio de comunicación privado para hablar llamado *Instagram Direct* (*Instagram*, 2018).

“fenómenos, objetos, campos de observación (lugares), marcos teóricos, categorías, comunidades, sujetos o prácticas, digitales, y donde se generan, utilizan, almacenan, analizan o modelan datos digitales, por medio de herramientas y técnicas que bien pueden ser digitales o tradicionales”.

La comprensión de lo digital no se limita a pensar en prácticas y objetos que sólo tienen lugar en internet, se trata de dar complejidad a la realidad a partir de *la imbricación de internet en la vida cotidiana de las personas* (en distintas medidas, a partir de las diferencias, pero también similitudes). De esta manera, debemos comprender que no podemos agotar la investigación de los fenómenos a dimensiones únicas, sino profundizar en la construcción de formas que nos permitan abordar los cambios y las transformaciones –desde una perspectiva metodológica– de los espacios y territorios, donde,

“los métodos no deben ser otra cosa más que la continua construcción de puentes, sistemáticos y serios –pero originales– entre la investigadora, su objeto de estudio, los trabajos previos sobre el tema, los informantes con los que se trabaja, y el público imaginado para la investigación” (Gómez, 2017: 84).

### **Revisando perspectivas. ¿De dónde viene todo esto?**

Para la construcción de este capítulo, fue fundamental el encuentro con dos artículos; el primero, de las investigadoras Elisenda Ardévol, Marta Beltrán, Blanca Callén y Carmen Pérez (2003) *Etnografía virtualizada: la observación participante y la entrevista semiestructurada en línea*, el cual me ha funcionado como guía, además del artículo del investigador Edgar Gómez (2017), donde plantea, con mucha claridad y resolución crítica, el actual estado de los métodos digitales y la importancia que tiene pensar desde Latinoamérica todas las teorías construidas en torno a lo digital y los contextos *online* y *offline*.

Internet y lo digital han sido dos elementos por discutir para la definición metodológica. Varios autores han abordado la problemática de la imbricación de internet en la vida cotidiana (Hine, 2004; Estalella y Ardévol, 2009, 2010) como el resultado de una discusión que ha visto, por una parte, a internet como campo de estudio y, por otro lado, como instrumento de investigación social. Pensé, en algún momento, que la estrategia consistía más en combinar ambas perspectivas y no limitar el trabajo en internet a un sólo instrumento para encuestas o consultas, sino ver en éste un posible campo de estudios y problemáticas de toda orden: metodológicas, epistemológicas, éticas y sociales; y, efectivamente, ésa ha sido la trama que los actuales investigadores que trabajan desde/con/sobre los métodos digitales han ido urdiendo.

Investigadores como Hine (2004), Rogers (2013), Kozinets (2009), entre otros, han desarrollado distintas perspectivas (y revisiones de las mismas) para el abordaje de los que denominaré –siguiendo la línea de Hine (2004)– entornos virtuales; contextos de interacción social que generalmente se ubican en lo *online* pero que su relación con la realidad no se termina en la visión de internet como un mundo aparte, sino como un contexto cultural en el cual, por lo tanto, también existe construcción de subjetividades, relaciones sociales y problemáticas.

Kozinets (2009), a través de la *netnografía*, vio en internet la posibilidad de indagar en comunidades virtuales, buscando relaciones entre ciertos grupos y/o comunidades y temas específicos, transformando esta propuesta en un instrumento. Posteriormente, como han documentado otros investigadores (Turpo, 2008), esta propuesta fue y es utilizada por empresas de marketing para indagar sobre las prácticas de consumo de grupos particulares, utilizando canales como blogs, foros y chats (actualmente, además, las redes sociales), para acceder a estas comunidades y, a partir de ello, generar estrategias de consumo. Rogers (2013) abre y descoloca la noción de “instrumentos” asociados al trabajo en internet, poniendo el lente en los llamados métodos digitales que, principalmente, “abren nuevas vías metodológicas para pensar lo digital” (Gómez, 2017: 80) y complejizan la idea de que lo digital sólo nos remite a un objeto, fenómeno o concepto.

Por otra parte, la etnografía virtual, término que ya comenzaba a utilizarse en el año 2000 elaborado por Christine Hine, “refiere al estudio etnográfico de las interacciones mediadas por el

ordenador, así como las prácticas sociales y culturales asociadas al uso y la producción de Internet” (Magallanes y Zanotti, 2017: 4). Desde esta perspectiva, se cuestiona algo fundamental: los límites entre lo *online* y lo *offline*, invitando a pensar otras maneras de articular<sup>5</sup> y/o ensamblar estas dimensiones. La propuesta de Hine (2004: 78) me parece próxima y desafiante, pues señala que las etnografías online rompen con la noción de “espacialidad en las comunidades para concentrarse en los procesos culturales en vez de en los lugares físicos”. Para ella la etnografía virtual es, ante todo, adaptable. Nos plantea que, si nuestras comunidades de estudio no provienen de la fijeza de un lugar físico, entonces la etnografía, y por tanto el método, tampoco tiene porqué serlo, inspirada en la herencia teórica de Marcus y la etnografía multi-situada:

“Esto puede suponer ver el campo como un ‘campo de relaciones’, más que ‘un lugar’, de manera que, aunque el etnógrafo siga partiendo de un lugar concreto, puede seguir las conexiones que adquieren sentido a partir de ese contexto inicial” (Hine, 2004: 76).

Esta perspectiva aborda de una manera abierta y móvil los escenarios de investigación. Cuando comenzaba a pensar en la agencia de modelos sabía también que no sería suficiente centrarme sólo en los entornos virtuales. Pero, a la vez, los datos insertos en medios, revistas y redes sociales digitales eran tantos que no podría ni quería prescindir de ellos y tampoco pretender abordarlos completamente. Necesitaba de flexibilidad y creatividad sin abusar de aquellas palabras y características para la metodología.

Magallanes y Zanotti (2017: 4) identifican que con la emergencia de la web 2.0, el internet en el que puedes ser tanto consumidor como productor de contenidos, emerge una *tercera ola* – denominada así por los autores– de estudios etnográficos:<sup>6</sup> “Nuevas herramientas y entornos de interacción colaborativos, como los mundos virtuales, sitios de redes sociales o los social media, dan lugar a nuevos desafíos y llevan a repensar las propuestas etnográficas”. Y desde ese lugar, volvemos a encontrarnos con Hine con su propuesta de etnografía adaptativa que, sin ir más lejos, es un continuo de su propuesta metodológica de etnografía virtual, insistiendo en la idea de que “internet puede ser representada como una instancia de múltiples ordenes espaciales y temporales que cruzan una y otra vez la frontera entre lo online y lo offline” (2004: 21). Por tanto, la adaptación a esa plasticidad viene dada por una postura activa y reflexiva en el campo. Las pistas que aquí se entregan tienen que ver con la reflexividad sobre el propio rol en el campo, pero también en tener el foco puesto sobre las conexiones y relaciones –una difícil tarea– y la habilidad de poder conectar sobre lo que parece ser evidente y lo que no.

### **Realidad(es). La importancia de la experiencia para producir instrumentos de investigación**

Nuestras experiencias no están separadas de la realidad y menos de nuestro cuerpo. Tal como señalaba en un comienzo, y han indagado otros autores, internet no es una realidad aparte, sino que:

“Se constituye como una gran e importante fuente de datos para el estudio de *la representación social del cuerpo en nuestras sociedades*. Internet nos ofrece una galería de imágenes imponente en relación con la presentación del cuerpo,

---

<sup>5</sup> Me parece muy importante señalar lo que Brah (2004: 114) retoma de Stuart Hall sobre las articulaciones, concepto tan usado en trabajos actuales: “El concepto de articulación sugiere relaciones de conexión y efectividad por las cuales, como Hall afirma: «Las cosas están relacionadas entre sí tanto por sus diferencias como a través de sus similitudes»”.

<sup>6</sup> Las primeras formulaciones fueron las de Hine y Miller y Slater durante la década del año dos mil según los autores. La segunda ola correspondería a la llegada de diversas propuestas que propondrían combinar y explorar nuevas formas metodológicas, como la etnografía reticular de Howard, la etnografía mediada de Beaulieu y la etnografía de Kozinets. En su conjunto se denominan etnografías de internet.

pero no podemos olvidar que Internet también puede contribuir a estabilizar o desestabilizar estas *representaciones sociales* y que su uso en este medio electrónico supone una nueva práctica social que puede modificar e introducir nuevas formas de relacionarnos con nuestras *imágenes corporales* y, en definitiva, con nuestro cuerpo” (Ardévol y Enguix, 2009: 2. Las cursivas son propias).

Las *identidades online* (como le llaman Ardévol y Enguix), dadas por la presencia en redes y a la construcción de un *perfil virtual*, no son precisamente el foco de estudio de esta investigación, pero existe un vínculo estrecho entre la construcción de esta presentación “individual” de sí y la elaboración colectiva de una propuesta que se mostró por medio de un *perfil virtual* el cual contiene imágenes corporales –como el perfil de Instagram de la agencia “Güerxs” – que modifican, preliminarmente, determinadas relaciones con el cuerpo y van generando clivajes y fracturas las cuales entregan la posibilidad de explorar una suerte de “vidrio o espejo trizado”, pero no “roto”.<sup>7</sup> Estoy entendiendo como *perfil virtual* aquellas descripciones de texto, fotografías de perfil, fotografías e imágenes cargadas en las redes y todos los rasgos que, por defecto, una red social te insta a “llenar”, de tal modo que este conjunto de elementos elabora uno de los *perfiles virtuales* que puede componer una *identidad virtual*. A partir de ello, prefiero trabajar la noción de prácticas cómo categoría y no así con identidades. A pesar de que, por ejemplo, Butler (1990) propone que la identidad es la repetición de actos siguiendo un estilo, para este estudio esa repetición tuvo su foco en ciertas prácticas y el discurso sobre las mismas, construyendo una experiencia personal y colectiva acerca de la relación con el cuerpo, los entornos virtuales y la construcción de representaciones desde la moda, y específicamente, en la agencia Güerxs y su perfil virtual de *Instagram* como uno de los puentes entre las fronteras difusas de lo *online* y lo *offline*.

Parto de la premisa de que la propia forma de recolección y producción de datos es una manera de proponer otros procedimientos y, tal como indica Hine (2004), es un dato en sí mismo pues pasa por asumir que toda descripción es construida y dialoga con otras realidades construidas. De tal forma, también paso a destacar que en esta investigación el análisis no fue “una fase” sino que, como en toda etnografía o investigación de enfoque etnográfico, el análisis es parte de un constante proceso de observación y reflexividad que se produce en conjunto con la escritura, y que requiere en su momento: “el distanciamiento del campo [el cual] nos permite una re-inmersión con los temas y aspectos teóricos que fundamentan la etnografía.” (Hine, 2004: 102). Tal como propone Gómez (2017: 89):

“es fundamental, más que nunca, el rol activo del investigador o investigadora y su reflexividad tecnológica, la cual debe estar en el centro del proceso mismo de investigación”.

Por ello, me parecen elementos claves la autoreflexividad sobre el procedimiento, constantemente revisar y mirar la forma en que nos estamos desarrollando en cada momento de la investigación y tener absoluta disposición a la modificación de nuestras propias ideas y premisas iniciales, no sólo en cuanto a la metodología sino también a las teorías las cuales abrazamos, generalmente, con una gran intensidad. Toda investigación debería tener aprendizajes no sólo para quienes, en algún momento, nos leerán, sino también para nosotras como investigadores cuyos desafíos apuntan a desestabilizar esa barrera entre la academia, su lenguaje y las personas.

---

<sup>7</sup> Todo fenómeno está lleno de matices y en reiteradas veces interiorizar esta idea nos resulta muy difícil, pues las dicotomías aprehendidas y aprendidas no se desestabilizan tan fácilmente y es un trabajo constante el intentarlo puesto que las realidades sociales se componen de matices, “entres” y zonas ambiguas tan interesantes como las supuestas “resistencias” que algunos identifican.

## La etnografía online

*Retwitteemos esos lindos momentos,  
reblogguemos en un loop infinito,  
mirar tus gifes bonitos,  
tu Tumblr mi favorito,  
siempre corto circuito,  
quédate más un poquito online (Dadalú, Internet).*

“¿Qué de novedoso hay en los trabajos etnográficos online? ¿Nos sigue siendo útil la observación participante y la entrevista semiestructurada para los nuevos entornos digitales? ¿Cuáles son sus límites y posibilidades?” (Ardévol et. al, 2003: 72) se preguntaba Ardévol, Beltrán, Callén y Pérez ya en el año 2003. Desde mi perspectiva, y quince años después, éstas siguen siendo preguntas que activan la experimentación sobre formas, herramientas, técnicas y diseños metodológicos.

En un comienzo, quise llevar a la práctica lo que conocí en sociología como el “vagabundeo”: una fase primera de la investigación en que se generan aproximaciones generales sobre el tema, comunidad, sujetos con los que se quiere trabajar y/o abordar. Me parece una idea muy prospera la de esta suerte de “primera etapa”<sup>8</sup> ya que permite generar efectivamente una panorámica general sin muchos recursos invertidos. En este caso, utilicé los buscadores de internet –*Google* y *Duck duck go*, principalmente– para ir construyendo lo que posteriormente tomo la forma de problema de investigación y objetivos ya planteados. En estas averiguaciones iniciales, intenté recopilar todo lo que los buscadores me arrojaban sobre la agencia de modelos “Güerxs”; notas de prensa, imágenes en revistas, notas en medios virtuales, videos promocionales, *fashion films*, entrevistas encontradas en *YouTube* además de su *Instagram*, cuyos portales iba archivando –y lo continué haciendo– en una carpeta de marcadores en mi navegador habitual, específicamente creada para los fines de la investigación. Buscaba diferentes combinaciones de palabras, también para conocer qué otras cosas podrían arrojarme la búsqueda, como “agencias alternativas de modelos” y lo ya señalado como “Güerxs”, “Agencia de modelos Güerxs” y derivados de ellos. De esta forma, recopilé datos en este primer momento.

Pensando en la idea de una “observación participante” como uno de los métodos tradicionales del método etnográfico, me resultaba complejo acoplar esta primera fase y también las posteriores. No podría plantear “trasladar herramientas” a otros entornos. En cambio, se reorganizan los elementos de estas otras herramientas para crear nuevas formas, como un *vagabundeo digital*. A pesar de que en estricto rigor sí hay una participación de quien realiza las búsquedas, escoge las palabras, selecciona lo que “puede servir o no”, no es bajo la idea tradicional de interacción social e involucramiento con la comunidad a trabajar sino en términos de que mi subjetividad y punto de vista son parte, pero tampoco bajo la idea de “participación”.

Lo que siguió a continuación, luego de este paseo digital que me hacía saltar de página en página, doblar, regresar, tal como el paseante benjaminiano pero con propósitos definidos, fue el momento en que me pregunté ¿cómo registrar y bajo qué objetivo y estrategia lo haría? Aunque pueda resultar paradójico, esta fase y la siguiente me resultaban más cercanas a una “observación no participante” a diferencia de lo tradicionalmente empleado en el método etnográfico. No había interacciones mediadas por la computadora (como puede entenderse en la etnografía virtual y/o entrevistas medidas) y el siguiente momento o fase, más bien se trataría de armar este collage de datos recuperados desde internet y darle un sentido, que me funcionara para mi investigación.

Lo significativo es que no todo momento de una etnografía virtual está compuesta por interacciones sociales. Hasta este instante no me encontraba trabajando *sobre internet ni mediada por internet*, estaba investigando con internet como un elemento más de la producción de

<sup>8</sup> Importante es decir que las etapas se pueden superponer y no tienen una lógica lineal, varios de esos pasos fueron sostenidos a lo largo de la investigación, sobre todo los generados en entornos digitales.

subjetividades, representaciones y relaciones sociales y, por consiguiente, como una herramienta de construcción de objetos, como señala Hine (2009), e identificación de fenómenos sociales. Tal como lo indiqué antes, esta herramienta también puede ser muy útil para componer o armar un objeto ya localizado –como fue en este caso–, además de para identificar efectivamente fenómenos y trabajar sobre ellos de la manera en que se determine, ya sea *online* u *offline*. Pienso que de eso se tratan los métodos digitales, un dialogo sin límites preestablecidos sobre lo que se puede identificar, abordar y estudiar desde lo *online* y lo *offline* no como dimensiones excluyentes.

La herramienta de la observación virtual sería utilizada para desarrollar un punto de vista de la propuesta estética de lo expuesto tanto en los diferentes medios digitales, como en las páginas que remiten directamente al quehacer de la agencia “Güerxs” –su *Instagram*– narrando su presencia en las redes y produciendo lo que tuviera relación con tres categorías teóricas: cuerpo, género y juventud. Se articulaba un discurso –en tanto práctica, y viceversa– sobre éstas que me llevaría a temas tales como la belleza, las culturas juveniles, la moda, lo racializado, estilo, consumos, entre otros.

De dicho modo, y a partir de este discurso “común”, la idea era dejar trazadas ciertas líneas respecto a la configuración de una propuesta narrativa y como consecuencia, abriendo preguntas para lo que fueron las inmersiones posteriores en los espacios y territorios *offline*. Un ejemplo de estas primeras notas de campo es el siguiente fragmento:

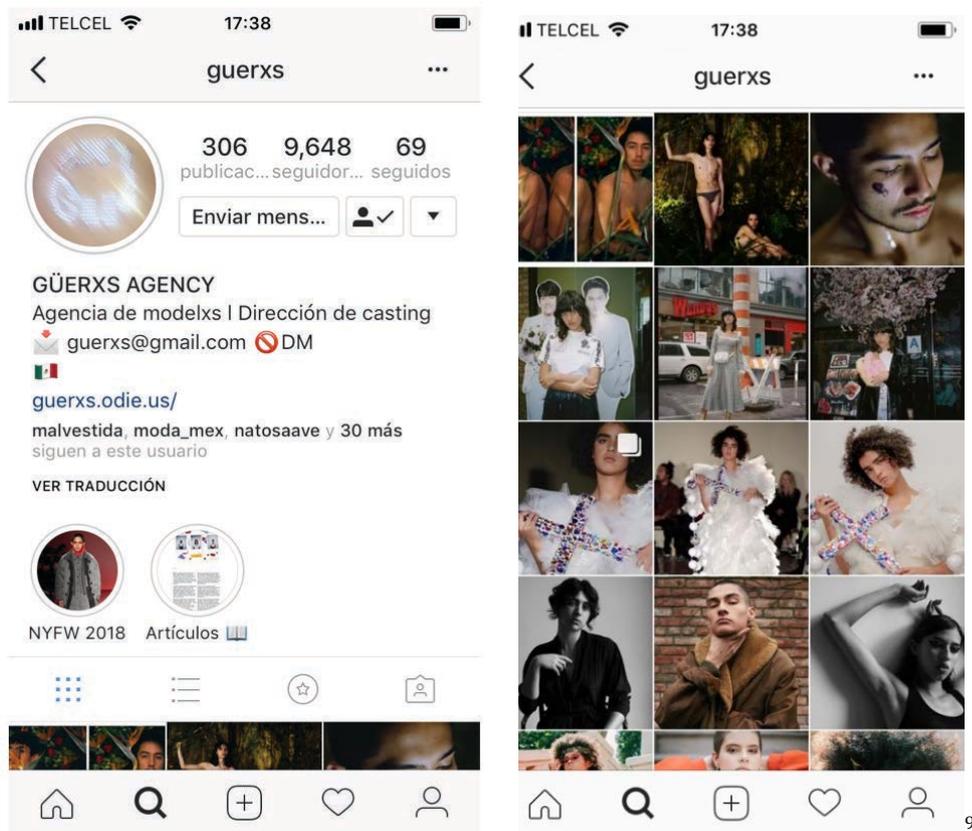
“Las primeras imágenes que se encuentran son fotografías análogas, aparentemente hechas con una cámara “polaroid”: mucho *flash* y saturación de colores. Logro identificar alrededor de 8 o 9 chicos y chicas. En esta primera sesión de fotos todos llevan playeras blancas, las fotografías no poseen mucho detalle y el formato de la plataforma de *Instagram* tampoco permite agrandar el tamaño. Ninguno lleva maquillaje y las fotografías parecen estar tomadas dentro de sus habitaciones” (noviembre, 2016).

Muchas de estas primeras notas y observaciones fueron realizadas a través de la computadora –como las búsquedas y creación de carpeta de archivos– y del uso del celular. Tal como plantea Gómez (2017: 9) en lo que denomina etnografía celular; situar la sociabilidad en los contextos físicos permite romper con la idea dicotómica de lo *online* y lo *offline* como dimensiones separadas, agregando que “da cuenta de las transformaciones en los espacios físicos gracias a las prácticas digitales con celulares”. El uso del celular fue fundamental porque las observaciones estuvieron localizadas en *Instagram*, red social que se lanzó el 6 de octubre de 2010, pensada como una aplicación para ser utilizada desde teléfonos celulares, específicamente *iPhone* (Ridgway y Clayton, 2016). Actualmente, se encuentra disponible tanto para los teléfonos de *Apple* como para los de sistema operativo *Android*. Permite subir fotografías, únicamente desde el aparato celular. Éstas pueden ser comentadas, se les puede “dar *like*” y además se pueden utilizar *hashtags* (#) y filtros. Durante la etnografía, tanto el público usuario como los propietarios de las cuentas tienen la posibilidad de ver cuántos y quiénes son sus seguidores, seguir distintas cuentas y acceder a sus fotografías.

Cuando decido que la herramienta de la observación se focalizará principalmente en *Instagram*, me propuse realizar las observaciones por periodos de tiempo en días en la plataforma e ir construyendo una parte de mis etnografías con los datos recopilados entre esos intervalos. Al primer intento de probar esta forma de ejecutar la herramienta, me di cuenta de que no sería la manera adecuada de abordar la plataforma. En la agencia no cargan imágenes ni tampoco hacen publicaciones o llamados a casting con una frecuencia fija. No responde a una lógica temporal establecida. Las temporalidades no funcionan como uno espera que sucedan o como se quisiera que fuera más fácil para la investigadora o investigador.

Finalmente, la manera de inmersión fue estar prácticamente todos los días atenta –algo no muy extraño para quienes ocupamos redes sociales– por si ocurrían movimientos, nuevas notas publicadas, imágenes, etc. Justamente, adquirió mucha relevancia el planteamiento de Gómez (2017), ya que existen los celulares y no es necesario cargar con la computadora todo el día y, por

medio de la experimentación y un adecuado abordaje, pueden transformarse en parte de los instrumentos de recolección y/o presentación de datos.



Para pasar al siguiente apartado, me gustaría señalar que mi inmersión en internet no fue tan profunda como hubiera querido y proyectado. Hay discusiones pendientes, pero considerando todos aquellos señalamientos, puedo decir que definitivamente hubo una aproximación hacia el ejercicio de una etnografía virtual bajo la propuesta de Hine (2004) y el entendimiento de internet como un artefacto cultural y como cultura en una relación distinta con el tiempo en donde cultura no es sinónimo de espacio, y artefacto –y la construcción de un objeto por medio de este método– no es sinónimo de fijeza material y temporal.

### **La entrevista: la práctica de la no directividad y la lectura de la espontaneidad**

En los reportes, artículos e investigaciones realizadas bajo la mirada de la etnografía virtual y los métodos digitales, me he encontrado principalmente la realización de entrevistas en línea y etnografías virtuales. Aquellas personas que se dedican a la investigación académica y que huyen de lo estático de los métodos tradicionales proponen las alternativas mixtas, híbridas o combinadas para realizar el trabajo de campo y la construcción de las investigaciones; sin embargo, la mayoría de los manuscritos sólo trabajan desde la mediación de lo virtual o de la manera tradicional.

Para la construcción de mi objeto, consideré desde un comienzo la producción de discursos en primera persona por parte de las y los jóvenes con las que trabajaría y no sólo con base en datos registrados. Decidí realizar entrevistas presenciales y utilizarlas como una herramienta que me permitiría construir parte del discurso de las y los jóvenes. Me parecía crucial tener una aproximación cara a cara para lograr un vínculo de confianza que estuviera dado por un claro conocimiento sobre lo que yo estaba investigando. Otro elemento que me llevó a considerar realizar entrevistas cara a cara fue poder establecer una estrategia de contacto que me permitiera

<sup>9</sup> Fuente: Captura personal del perfil de Instagram de Güerxs, realizado en abril de 2018 por la autora.

posteriormente, por ejemplo, asistir a eventos en los cuales ya pudiera acercarme y establecer conversaciones –o diálogos de pasillo– y de esta manera ya tener “adelantado” el momento de presentación.

Apliqué una estrategia de “bola de nieve” comúnmente señalada para el muestreo. Con estos señalamientos no quiero expresar que este tipo de contactos no se puedan realizar por medio de lo virtual y menos pensar que se trata de legitimar unas estrategias sobre otras, más bien, apunto a considerar la pertinencia de los instrumentos y las decisiones para cada caso de estudio, con sus propias particularidades, considerando que en este caso consiste en crear un nuevo contexto para el análisis (Ardévol, 1998) a partir de las entrevistas que propicia una distancia dada por el registro de audio, como fue utilizado en este caso.

Mi propia experiencia en las redes como usuaria, joven y apoyada por relatos de amigas y cercanos, me llevó a confirmar que muchas veces tenemos a alguien de *amigo* en *Facebook* o alguien que *nos sigue* por *Instagram* y eso no necesariamente es una garantía de que cuando ambos se encuentren en un entorno no mediado habrá comunicación. Y para efectos de esta investigación era necesario contar con esa proximidad dada por un encuentro, por ello escogí realizar entrevistas presenciales, algunas de ellas registradas por un celular que grababa el audio de la conversación y otras construidas como narraciones acompañadas por notas tomadas en el campo.

En mi opinión, es una decisión ética y estratégica, por no decir básica, esclarecer desde un primer momento con las y los sujetos que comparten su experiencia el tipo de investigación que nos encontramos desarrollando. Con tal de dialogar como semejantes se requieren muchos factores relacionados a hacer investigaciones situadas y honestas y con la disposición de compartir, en la medida de lo posible, también la propia experiencia. Como es sabido, no existen recetas para proceder en campo, pero ciertas premisas para llevar a cabo un diseño metodológico guardan una importante e indisoluble relación con la ética y el lugar de enunciación de quien investiga, por ejemplo, pensar la honestidad como una premisa para el acercamiento y el trabajo en campo.

Para contactar a los y las entrevistadas utilicé en todos los casos la mensajería interna con la que cuenta *Instagram* a la que se le conoce como *Direct Messaging* y se abrevia DM. Cabe señalar que desde antes de comenzar la investigación ya contaba con una cuenta en la red social para uso personal. Luego de comenzar la investigación continué usándola esporádicamente para subir fotografías, pero su uso principal estaba dado por haberlo empleado como canal de observación.

Aquello que prefiero denominar como perfiles virtuales requieren de una determinada construcción; ese perfil en algunos casos puede incidir más que en otros, por ejemplo, si la comunicación únicamente estará dada por medio de la computadora o celular. La referencia que tendrá la persona que colabora en la investigación estará únicamente dada por este perfil virtual creado en una determinada red, o de lo contrario como en este caso, fue un medio para concertar la entrevista en el que la representación virtual que puede construir quien será entrevistado o entrevistada se compondrá, además, de impresiones que recogerá en el encuentro cara a cara.

Luego de realizar el contacto vía mensajes de *Instagram* fijábamos las coordenadas para encontrarnos y poder realizar la entrevista. En ese momento es en donde explicaba con mayores detalles y precisión los objetivos de la investigación junto con un poco de mi historia manifestándome dispuesta a responder cualquier duda que pudiera surgir. Funcionó como estrategia no utilizar el lenguaje de una entrevista, sino más bien de una plática o conversación, puesto que estrictamente no es una entrevista bajo el entendimiento de una buena parte de la población: una serie de preguntas que más se asemeja al instrumento de encuesta y no una conversación guiada por una pauta temática como fue este el caso. De esta manera, lo que se empleó finalmente fue entrevistas focalizadas.

Desarrollé una pauta de temas de acuerdo con los objetivos propuestos. Antes de comenzar a grabar y haber preguntado previamente si podía hacerlo, también les presentaba la pauta temática y les comentaba que me gustaría que tocáramos esos puntos en la conversación. Las preguntas se iban formulando sobre la conversación y los temas se iban guiando por sí mismos unos a otros a partir de una comunicación atenta entre ambas partes. Algunas veces la pauta cambiaba de orden, la disposición a la flexibilidad es fundamental para abordar las problemáticas y no constreñir la conversación a un dialogo robótico y de esta manera, generar lo que tradicionalmente

conocemos como *rapport* y que prefiero abordar como empatía (Guber, 2001). Como han señalado algunas investigadoras, las entrevistas y preguntas, en tanto parte de entrevistas no directivas son fundamentales puesto que tras alguna historia de niñez o de algún familiar, hay procesos y relaciones sociales inscritas en estructuras y marcos de interpretación que posibilitan ser reconocidos y de esta manera dar “cuenta del modo en que los informantes conciben, viven y llenan de contenido un término o una situación” (Guber, 2004: 212).

En ese momento me resulta importante apuntar que muchos de los estudios bajo el alero de los métodos digitales y la etnografía virtual muestran “cómo se organiza la vida social a partir de la interacción y la comunicación mediada por ordenador, pero no siempre tienen en cuenta los aspectos sociales y culturales fuera de la red” (Ardévol *et al*, 2003: 73) Para componer esa parte no necesariamente se requiere trabajar *offline*, puesto que nuevamente caeríamos en dicotomizar el trabajo de campo y más bien la apuesta va por entender lo difuso que son los límites entre lo *offline* y lo *online*. La pregunta es ¿qué no está mediado por las interacciones entre elementos tecnológicos y la vida cotidiana? Desde esta experiencia, al trabajar específicamente con/desde el cuerpo y sus representaciones en entornos digitales, puede resultar limitante restringirse sólo a dichos contextos; tal como ha señalado Hine (2000, 2004), hay que reconocer que la realidad y las interpretaciones tanto *online* como *offline* están supeditadas a la naturaleza construida de las descripciones de quien investiga.

De cierta manera, se puede dotar de mayor complejidad a la lectura de las juventudes el sumar un discurso elaborado en un diálogo en el cual, a medida que el intercambio va desarrollándose, adquiere un ritmo propio. Genera la empatía que, para esta investigación, fue parte de la propuesta de abordaje y de los marcos de interpretación desde los cuales me sitúo: una tradición sociocultural que pretende atender a los cambios sociales y necesidades como ha resaltado Urteaga (2011) al trabajar en la construcción etnográfica de lo juvenil contemporáneo en México. Al pensar en una plática sobre temas del/con el cuerpo, sin observar y ser observada toda la gestualidad y la manera en que se performa un género, edad y adscripción estética, entre otros aspectos, resta elementos que orbitan en una idea de representación de sí mismos y puede entregar otras conexiones al análisis de las representaciones visuales. Éstas se suscriben en el caso de los modelos, a requerimientos específicos de una determinada marca, sesión fotográfica o pasarela que recrea imágenes solicitadas por quienes producen, dirigen o colaboran en las producciones de moda. Sin más, se trata de una decisión que debe adecuarse a los objetivos planteados, a la dimensiones y contextos que se pretenden abordar y a la forma en que vamos construyendo y reformulando nuestra postura epistemológica y la relación con las mediaciones tecnológicas (Ardévol *et al*, 2003).

Por último, quisiera señalar que algunas de las dificultades que se presentaron estuvieron dadas por las largas distancias que implica moverse por la Ciudad de México. Algunos de los jóvenes con los que intenté establecer contacto se excusaron en el poco tiempo que sus deberes les deja para desplazarse por la ciudad y tener un encuentro con alguien que, prácticamente, no tiene referencias. Debido a mi condición de “extranjera”, las conexiones y redes sociales no están tan establecidas como el lugar donde crecí y pasé gran parte de mi vida. Por consecuencia, sí involucré un poco más de energía para llegar a hacer las conexiones e intentar, una y otra vez, ponerme en contacto con los y las modelos, y poder también dar referencias de mi trabajo; no cualquiera accede a encontrarse con una desconocida de la cual ninguno de sus amigos (o en sus círculos próximos) sabe algún dato. Afortunadamente, con el primer joven que entrevisté logré establecer un vínculo de afinidad que me permitió citar mi encuentro con él cada vez que necesitaba referenciar algo sobre mí en el trabajo que desarrollo. Muchas de esas afinidades se ven propiciadas por una conversación luego de apagar el aparato grabador o al encontrarnos azarosamente en algún lugar de fiesta, en exposiciones o en encuentros sociales, así fue como logré establecer varios contactos que me condujeron a las personas que entrevisté.

No quisiera dejar de mencionar mi propia experiencia como joven, la cual ha facilitado aquellos contactos que narro. Al dejar en evidencia tal aspecto, no tengo la finalidad de jactarme de que ésta sea la “única” manera de generar empatía para trabajar con jóvenes, más bien me resulta necesario manifestar que mi “juventud” operó como una condición de posibilidad para realizar un

trabajo expedito y con múltiples vías de acceso –a través del ocio o la fiesta, o bien, recurriendo a mi condición de joven estudiante con un grado académico–. Por encima de todo, me resulta desafiante involucrarme completamente a través del cuerpo y la experiencia, visto que el contexto actual plantea condiciones estructurales bastante desfavorables para la juventud en Latinoamérica.

### **Observaciones finales: Sobre lo poroso de las fronteras**

A través de esta propuesta metodológica, más que exponer “novedades” hago un recuento de los distintos elementos que la fueron componiendo: desde las tradiciones y los trabajos de quienes se dedican a investigar los entornos digitales, pasando por el encuentro con mi propia capacidad creativa y de adaptación a la complejidad del campo, hasta llegar a los nuevos –y no tan nuevos– contextos y problemáticas. Lo difuso de las fronteras entre lo *online* y lo *offline* ha sido una de las premisas metodológicas que aprendí en el campo partiendo de las preguntas: “¿cómo podría haber un estudio holístico de un espacio cuyos límites son inestables y operan apenas ocasionalmente? ¿Cómo determinar dónde termina lo local y empieza lo global?” (Hine, 2004: 75). Éstas son interrogantes aún sin respuesta; no obstante, plantearlas alberga la posibilidad de trabajar con una herramienta analítica bajo la idea de inestabilidad y de *zona porosa* (Urteaga, 2011).

Fueron varios los instrumentos y procedimientos planteados. En algún momento pensé que sería beneficioso para la comprensión fabricar un cuadro/esquema para referirme a qué aspecto teórico o categoría había sido abordado por medio de tal o cual herramienta, pero al reflexionarlo más detenidamente preferí desistir, puesto que cada una de ellas colabora en componer partes de cada uno de los objetivos y categorías que fueron señaladas. Sin caer en relativismos pienso que ése es uno de los grandes aportes de la disciplina antropológica y del método etnográfico a la investigación social con juventudes: no fragmentar la comprensión de los hechos sociales bajo herramientas específicas, sino entender que trabajamos con sujetos agentes que son parte de los procesos sociales y, a partir de la relación con ellos, construir las categorías y las herramientas necesarias, de esta manera se consigue replantear muchos de los supuestos teóricos y metodológicos con los que comenzamos a trabajar. Bajo esa línea, al igual que otros investigadores e investigadoras, veo a los métodos digitales con la potencia de construcción, rearticulación constante y no de mera adaptación de los métodos tradicionales *offline* (Ardévol *et al*, 2003).

La observación, tanto *offline* como *online*, trae como factor principal la visualidad y la construcción estética de las representaciones e imágenes producidas como elementos distintos de las culturas juveniles cada vez más abigarradas. El vagabundeo permite un primer acercamiento al campo y a la construcción de una problemática de investigación –siempre en proceso–, mientras la observación entrega elementos que ofrecen la posibilidad de profundizar desde una experiencia de inmersión en el flujo por los territorios, en tanto zonas de intercambio afectivo, cultural y social (Rivera y López, 2018). Las entrevistas proporcionan la posibilidad de producir datos desde la propia subjetividad y la construcción de significados en torno a temas y problemas desde la voz de los sujetos jóvenes, su propia creación de símbolos y conjuntos de valores que se atribuyen a los diversos temas y construcciones. Es una herramienta que permite flexibilidad –si es bien realizada, es decir, conforme a los objetivos– y que se guía por sí misma, bajo un ejercicio de atención y reflexividad constante sobre el diálogo y el entendimiento de lo rizomático que éste irá adquiriendo.

Finalmente, recalco lo que Gómez (2017: 79) ha identificado como uno de los grandes retos para las metodologías digitales: la producción desde Latinoamérica: “Mientras que las tecnologías digitales han logrado convertirse en cotidianas en Latinoamérica y los índices de penetración muestran una creciente dinámica de adopción, los estudios sociales sobre las tecnologías digitales en la región siguen siendo [y] teniendo retos importantes y tareas pendientes”. Así, considerando la diferencia que implica esa penetración en el uso y la construcción de sentido alrededor de éstas, puedo agregar que no sólo hay que estudiar “sobre” tecnologías digitales, sino *con y a través de* ellas, en la materialización de propuestas metodológicas y en la validación de otros instrumentos de producción, recolección y análisis de datos como procesos conjuntos, contextuales y comprometidos entre sí.

**Bibliografía**

- Ardèvol, E. (1998). Por una antropología de la mirada: etnografía, representación y construcción de datos audiovisuales. *Disparidades. Revista De Antropología*, 53(2), 217-240.
- Ardèvol, E.; Bertrán, M.; Callén, B. y Pérez C. (2003). Etnografía virtualizada: la observación participante y la entrevista semiestructurada en línea. *Athenea Digital. Revista de pensamiento e investigación social*, 3 (may. 2003), 72-92. <https://atheneadigital.net/article/view/n3-ardevo-bertran-callen-et-al>
- Brah, A. (2004). Diferencia, diversidad, diferenciación. En: b. hooks; A. Brah; C. Sandoval et al. (eds.), *Otras inapropiables, feminismos desde las fronteras* (pp.107-136). Madrid: Traficantes de Sueños.
- Butler, J. (1990). *Gender Trouble*. Nueva York: Routledge.
- Estalella, A. y Ardèvol, E. (2010). Internet: instrumento de investigación y campo de estudio para la antropología social. *Revista Chilena de Antropología Visual* (15), 1-21.
- Feixa, C. (1999). *De Jóvenes, bandas y tribus*. Barcelona: Ariel.
- Feixa, C.; Fernández-Planells, A. y Figueras-Maz, M. (2016). Generación Hashtag. Los movimientos juveniles en la era de la web social. *Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud*, 14 (1), 107-120.
- Fotolog.com (2018) En Wikipedia. Consultado el 29 de marzo de 2018 de <https://es.wikipedia.org/wiki/Fotolog.com>
- Gómez, E. (2017), *Etnografía celular: una propuesta emergente de etnografía digital*. *Virtualis*, 8 (16), 77-98.
- Guber, R. (2004). *El salvaje metropolitano: reconstrucción del conocimiento social en el trabajo de campo*. Buenos Aires: Paidós.
- Hine, C. (2004). *Etnografía Virtual*. Barcelona: Universitat Oberta de Catalunya.
- Instagram (2018). En Wikipedia. Consultado el 29 de marzo de 2018. <https://es.wikipedia.org/wiki/Instagram>
- Kozinets, R. V. (2009). *Netnography: Doing ethnographic research online*. Londres: Sage.
- Magallanes, M. y Zanotti, A. (2017). Análisis etnográfico multi-plataforma. *Inmersiones en internet y desafíos de campo*. *Institut für Qualitative Forschung*, 18 (3), 2-14. <http://www.qualitative-research.net/index.php/fqs/article/view/2645>
- Ardèvol, E. y Enguix B. (2010). Cuerpos "hegemónicos" y cuerpos "resistentes": el cuerpo-objeto en webs de contactos. En: J. Martí y Y. Aixelà (coords.). *Desvelando el cuerpo: Perspectivas desde las Ciencias Sociales y Humanas* (pp. 333-351). Barcelona: Consejo Superior de Investigaciones Científicas, Institución Milá y Fontanals, Altafulla.
- Ortega, E. y Caloca E. (2016). Los métodos digitales: miradas cercanas y distantes. Una discusión relevante. *Virtualis*, 7 (14), 7 - 13.
- Regulio, R. (2012). *Culturas Juveniles: Formas políticas del desencanto*. Buenos Aires: Siglo Veintiuno Editores.
- Ridgway, J. y Clayton, R. (2016). Instagram Unfiltered: Exploring Associations of Body Image Satisfaction, Instagram #Selfie Posting, and Negative Romantic Relationship Outcomes. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking* 19 (1), 2-7.
- Rivera, Á y López, V. (2018) Territorios posibles para nosotras. Claves interpretativas para leer el ocio festivo. En L. Raphael y A. Cíntora (coords.) *Diálogos diversos para más mundos posibles* (pp. 53-67). Ciudad de México: Universidad Nacional Autónoma de México - Instituto de Investigaciones Jurídicas.
- Rivera, Á. (2018). *Estéticas cooleras. Representaciones del cuerpo juvenil y el cuerpo generizado: la propuesta desde la estética en la agencia de modelos "Güerxs" de la Ciudad de México*. (Tesis de Maestría) Posgrado en Antropología Social, Escuela Nacional de Antropología e Historia, Ciudad de México, México.
- Rogers, R. (2013). *Digital methods*. Cambridge: Massachusetts Institute of Technology Press.
- Urteaga, M. (2011). *La construcción juvenil de la realidad. Jóvenes mexicanos contemporáneos*. Ciudad de México: Universidad Autónoma Metropolitana.
- Urteaga, M. (2012) *De jóvenes contemporáneos: Trendys, emprendedores y empresarios culturales*. En N. García Canclini (coord.) *Jóvenes, Culturas urbanas y Redes digitales. Prácticas emergentes en las artes, las editoriales y la música* (pp. 26-44). Barcelona: Ariel.
- Washington Turpo Gebera, O. (2008). La netnografía: un método de investigación en Internet. *Educación*, 42, 81-93. <https://educar.uab.cat/article/view/v42-turpo>