



**Colección  
Nuevas Tecnologías  
y Sociedad**

# Etnografía virtual

**Christine Hine**



**EDITORIAL UOC**

Con la colaboración de la Cátedra en Comunidades Virtuales de Telefónica/IN3-UOC

**Colección Nuevas Tecnologías y Sociedad**

**Comité editorial:**

Martín Mora Martínez (Universidad de Guadalajara, México) Francisco J. Tirado Serrano (Universitat Autònoma de Barcelona) Agnès Vayreda i Duran (Cátedra en Comunidades Virtuales de Telefónica/IN3, Universitat Oberta de Catalunya) Josep Vivas i

Elias (Universitat Oberta de Catalunya)

**Comité asesor:**

Eduard Aibar Puentes (Universitat Oberta de Catalunya), Elisenda Ardèvol i Piera (Universitat Oberta de Catalunya), Svenska Arensburg (Universidad Académica de seminarismo cristiano de Santiago de Chile), Rubén Blanco Merlo (Universidad Complutense de Madrid), Pablo Cottet (Universidad de Chile), José Manuel de Cózar Escalante (Universidad de La Laguna), Miquel Domènech i Argemí (Universitat Autònoma de Barcelona), Joan Fuster Sobrepere (Universitat Oberta de Catalunya), Anna Gálvez Mozo (Universitat Oberta de Catalunya), Eva Patricia Gil Rodríguez (Universitat Oberta de Catalunya), Lucía Gómez Sánchez (Universidad de Valencia), Ángel Juan Gordo López (Universidad Complutense de Madrid), Enrique Gracia Fuster (Universitat Valencia), Francisco Hernández Lomelí (Universidad de Guadalajara, México), Juan Herrero Olaizola (Universidad de Oviedo), Tomás Ibáñez Gracia (Universitat Autònoma de Barcelona), Lupicinio Íñiguez Rueda (Universitat Autònoma de Barcelona), Alfonso Islas Rodríguez (Universidad de Guadalajara, México), Daniel López Gómez (Universitat Autònoma de Barcelona), Ignacio Mendiola (Universidad del País Vasco), Maritza Montero Rivas (Universidad Central de Venezuela), Sayani Moska Estrada (Universidad de Guadalajara, México), Juan Muñoz Justicia (Universitat Autònoma de Barcelona), Francesc Nuñez Mosteo (Universitat Oberta de Catalunya), Carlos Enrique Orozco (Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente, México), Jorge Regalado Santillán (Universidad de Guadalajara, México), Israel Rodríguez Giralt (Universitat Oberta de Catalunya), José Antonio Román Brugnoli (Universidad Alberto Hurtado de Santiago de Chile)

Título original: *Virtual ethnography*. Diseño del libro, de la cubierta y de la colección: Manel Andreu Traducción de Cristian P. Hormazábal

Primera edición: 2000, por la editorial Sage Publications, Inc. Thousand Oaks, (Cal.) USA.

© 2000 Christine Hine, del texto

© 2000 SAGE Publications, Inc. Thousand Oaks (Cal), London (UK),

New Delhi (India), de la edición original

© 2004 Editorial UOC, de esta edición

Aragó 182, 08011 Barcelona

[www.editorialuoc.com](http://www.editorialuoc.com)

Edición digital: FactorSim

Primera edición digital en lengua castellana, Marzo 2011

ISBN: 978-84-9788-287-3

*Ninguna parte de esta publicación, incluido el diseño general y la cubierta, puede ser copiada, reproducida, almacenada o transmitida de ninguna forma, ni por ningún medio, sea éste eléctrico, químico, mecánico, óptico, grabación, fotocopia, o cualquier otro, sin la previa autorización escrita de los titulares del copyright.*

## Reconocimientos

Ya que este libro trata las formas a través de las cuales Internet adquiere sentido en contextos locales, es conveniente y necesario comenzar por reconocer el entorno que lo ha hecho posible. Desde 1991 he sido miembro del Centro de Investigación para la Innovación, la Cultura y la Tecnología (Centre of Research into Innovation, Culture and Technology, CRICT). El ambiente intelectual de esa organización, las personas que he conocido y las ideas que allí he encontrado han sido centrales para el desarrollo de la perspectiva que exploraremos en este trabajo. Estos años de estudio me dejan en deuda con Steve Woolgar, Myke Lynch, Alan Irwin, Geoff Cooper, Eric Hirsch, Janet Rachel, Stuart Shapiro, Janet Vaux, David Oswell, Julian Petley, Chris Carne, Clare Fisher, Liz Ackroyd, Debbie Chagouri y Donna Page. La experiencia de supervisar a estudiantes de doctorado contribuyó enormemente al trabajo y ha sido fuente de inspiración y reflexión; doy las gracias a Linda Hitchin, Andrea Buchhloz, Tilly Bluth, Nathan Blau, Robert Pain y Dan Neyland. Ser docente del curso sobre “Dinámicas sociales y tecnologías de la comunicación” me ha ayudado a formular y aclarar mis ideas, por lo cual expreso mi gratitud hacia la cátedra de “Estudios en comunicaciones y medios” y a los estudiantes de Tecnología que han seguido el curso durante estos años, contribuyendo a hacerlo muy estimulante. Asimismo, enseñar a desarrollar páginas web a los estudiantes de Maestría me ha dado la oportunidad de combinar teoría y práctica participando en el proceso de aprendizaje a través del cual éstas se hacen comprensibles. Más ampliamente, me he beneficiado en buena medida de los espacios para presentar y discutir fragmentos del libro, particularmente de conferencias y talleres en la Sociedad para los Estudios Sociales y la Ciencia, la Asociación Europea para Estudios en Ciencia y Tecnología, Investigación e Información en Internet para Investigadores Sociales (IRISS '98), así como del encuentro sobre “Velocidad e Información” organizado por los antropólogos de Cambridge.

La Universidad de Brunel me concedió un premio que me permitió contratar a un asistente de investigación, Allegra Catolfi Salvoni, para un proyecto que nos ha conducido a este libro. Allegra contribuyó inmensamente en la compilación tanto de la bibliografía como de los datos para este trabajo. Trabajar con ella ha sido un encanto. El Departamento de Ciencias Humanas de Brunel también me agradó con un semestre libre de enseñanza para dedicarme enteramente a la elaboración del manuscrito. Tengo que agradecer también a Chris Rojek, de SAGE, por haberme motivado a convertir la investigación en una edición publicable. La fisioterapeuta Ann McLaughlin merece mi gratitud por haberme ayudado a recobrar y mantener la capacidad para sentarme frente al teclado durante las últimas etapas de navegación en la web y la preparación del manuscrito. Por su apoyo, tolerancia y motivación, tengo que agradecer a Simon Manze, a la familia Manze-Hine, así como a muchos amigos. Finalmente, estoy en franca deuda con los productores de páginas web y con los colaboradores en los grupos de noticias estudiados por dedicar parte de su tiempo a ayudarme en la investigación y a compartir conmigo sus interpretaciones locales de Internet.

## Capítulo I. Introducción

*La raza humana, a la que pertenecen tantos de mis lectores, ha estado ocupada en juegos de niños desde el principio y, probablemente, siga con ellos hasta el final, lo cual puede ser terrible para los pocos que maduran. Uno de los juegos más populares se llama “Mantén oscuro el mañana”, o también “Engaña al profeta” (por los rústicos en Shropshire, sin duda). Los jugadores han de escuchar cuidadosa y respetuosamente a toda persona, con un poco de sabiduría, que tenga algo que decir sobre lo que le ocurrirá a la próxima generación. Luego se espera a que esas personas mueran, se las entierra decorosamente, y se hace algo totalmente distinto a lo que han anunciado. Si bien es de una enorme simpleza, para una raza de gustos tan anodinos, parece tremendamente divertido.*

(Chesterton, 1904, pág. 1)

*Cuestionamos la afirmación implícita de que alguna propiedad característica inherente de la tecnología puede dar cuenta de su impacto en nuestras vidas. Proponemos, más bien, que hay incontables aspectos de nuestra relación con la tecnología, que deben ser tomados en cuenta si queremos lograr una comprensión en torno a sus consecuencias. Entre estos aspectos se incluyen: nuestras actitudes hacia la tecnología, nuestras concepciones de lo que ella puede y no puede hacer, nuestras expectativas y asunciones sobre las posibilidades de cambio tecnológico, y el resto de formas en las que se representa la tecnología, tanto en los medios como en las organizaciones. Intentamos hacer una exploración crítica para afirmar que estos últimos aspectos de la tecnología son fundamentalmente consecuencia de los modos en los que organizamos el trabajo, las instituciones, el tiempo libre y las actividades de aprendizaje. Desde esta perspectiva se requeriría comprender diversos modos de pensar y representar la tecnología; al menos tan diversos como tecnologías haya. De hecho, lo que haremos será argumentar la necesidad de tratar la idea misma de “tecnología por sí misma” con considerable cautela.*

(Grint and Woolgar, 1997, pág. 6)

### Futuros extremos y usos cotidianos

En 1904, Chesterton publicó un relato para prevenir a quienes tratan de predecir el futuro. Con la increíble abundancia, diversidad y originalidad de predicciones que había para aquella época, era prácticamente imposible que alguna no acertase y, sin embargo, ninguna se ha cumplido. El error que los futuristas habían cometido fue tomar eventos aislados, que ocurrían en sus tiempos, para extrapolarlos hacia futuros inconmensurables. Lo que jamás se predijo fue que el futuro pudiese ser bastante similar a aquel presente. Tal vez más aburrido.

A pesar de las críticas de Chesterton, el negocio de la futurología sigue más que vivo en nuestros días, y sus rasgos apremiantes no han cambiado. Un formato particularmente persuasivo, encabezado por Negroponte (1995) y Gates (1996) entre los más destacados de una legión de futurólogos, consiste en predecir nuevos futuros, porvenires extraños, basados en el advenimiento y la expansión de las comunicaciones por ordenador. Hasta ahora, se ha dedicado mucho más esfuerzo a predecir un futuro revolucionario de Internet que a investigar, en detalle, cómo se utiliza y de qué modos se incorpora a la vida cotidiana de las personas. Frente a ello, este trabajo intenta favorecer el debate actual sobre el significado de los desarrollos más recientes en tecnologías de la comunicación. Concretamente, en este libro exploraré una metodología de investigación sobre Internet para el estudio empírico sobre sus usos actuales. Nuestro interés reside en descubrir qué harán esta vez los jugadores de “Engaña al profeta”: una tarea que encaja perfectamente dentro de la etnografía y sus métodos.

En su nivel elemental, Internet es una forma de transmitir datos o *bits* de información de un

ordenador a otro u otros. La arquitectura de Internet provee formas de dirigir la información que se envía, de modo que pueda dividirse en paquetes, enviarse a lo largo de la Red y combinarse con otros recipientes. Así, toda la información es, en teoría, igual: bien sea un texto, un archivo de audio, una imagen o un vídeo, los bits se transmiten siempre del mismo modo. Sus significados provienen de los patrones que expresan, del *software* que se emplea para interpretarlos y, por supuesto, de quienes los envían y reciben. La capacidad para enviar información de un ordenador a otro puede, por tanto, ser utilizada en diversas formas de comunicación como, por ejemplo, sincrónica o asincrónica, en mensajes privados entre personas conocidas o en discusiones entre grandes públicos en foros relativamente abiertos, textual, en forma de audio o visual. Hablar de Internet engloba referencias al correo electrónico (e-mail), el *World Wide Web* (WWW), grupos de noticias de usuarios, tablones de boletines, tablones de anuncios, *chats* (*Internet Relay Chat* o IRC), dominios multi-usuario (MUD) y muchas otras aplicaciones (Kollok y Smith, 1999). Pero todo se fundamenta y depende de la capacidad de Internet para transmitir información entre ordenadores. Esta imagen de Internet como sistema de distribución de información ha sido profusa-mente empleada para predecir su impacto en el futuro y es el punto de partida para hablar de su impacto revolucionario. Trataré de mostrar cómo se manifiestan las proyecciones futuras de cambio radical e ilustraré algunos de los trucos y omisiones que acarrearán.

Uno de los efectos predichos de la forma descrita anteriormente, es el fin del libro como tal. Los libros aparecen ahora como formas supuestamente anticuadas de diseminación de la información, especialmente cuando son vistos desde el prisma de los avances en información y tecnologías de las comunicaciones. Es innegable que sea muchísimo más rápido salvar electrónicamente la información y transferirla instantáneamente a algún punto para usarla, independientemente de su número de páginas, en el momento preciso en que hace falta. La fuerza bruta de la lógica, que se hace ya incontrovertible, dicta que lo único que necesitamos es que las tecnologías y los sistemas hagan posible una realidad, que los involucrados nos pongamos de acuerdo para recibir nuestras debidas retribuciones, y listo. Vía libre. Negroponte está radicalmente seguro de ello cuando afirma que:

El movimiento metódico de la música grabada en piezas de plástico, tal como el lento manejo humano de la mayoría de información almacenada en los libros, revistas, periódicos y videocasetes, se convertirá en una transferencia instantánea y gratuita de datos electrónicos que se desplazan la velocidad de la luz [...] la transición de los átomos a los bits es irrevocable e imparable. (1995, pág. 4)

Cabría preguntarse si el mismo autor ha sentido la necesidad de disculparse públicamente por haber escrito sus libros. Mitchell (1996) también estudió las consecuencias de las nuevas tecnologías de la información para la publicación de libros, así como para las empresas distribuidoras y las librerías, en su investigación sobre el rol de la comunicación electrónica en la redefinición de espacios urbanos. Este autor describe posibles escenarios futuros para la transferencia de paquetes de datos desde un punto de origen a cada distribuidor, y de ahí a los usuarios, en un sistema en el que la información estaría centralizada y podría ser descargada a una librería, e incluso en el hogar, quedando su impresión para el final del proceso. Lo que se distribuiría, entonces, sería información, datos, no textos impresos, lo cual además abriría la

posibilidad de personalizar los productos basándose en las preferencias individuales de los usuarios. Este es un argumento que se repite en incontables campos y cuya receta es sencilla: se toma algo de forma material, se afirma que su funcionalidad puede traducirse a un lenguaje virtual, se asume que esa forma virtual (a cuenta de su misma lógica) reproduce la forma material, se consigna una amenaza directa a la industria que produce el material, y se predicen cambios radicales para sus anticuados y futuros usuarios. El truco consiste en desprender la forma material de su significado social y dotarla de cualidades puramente técnicas para luego hacer la equivalencia entre su materialidad y su virtualidad. Es de ahí de donde se obtienen los recursos para hacer toda clase de predicciones revolucionarias.

Desde esta lógica, el desarrollo de Internet traería el fin inevitable del libro. Irónicamente, los libros se encuentran entre los bienes de mayor comercio en la red, en el año 2000. Si bien es debatible que las librerías virtuales estén haciendo un gran negocio con sus ventas, lo cierto es que la venta de libros es una de las formas más exitosas de comercio virtual en términos de volumen de ventas. En vez de desplazar a los libros, Internet ha contribuido enormemente con su distribución: si algo ha revolucionado, es el modo de gestionar pedidos y órdenes de compra. Y hay algunas razones obvias para que el comercio de libros por Internet haya alcanzado tanta popularidad: si bien las librerías virtuales han tratado de atraer a sus clientes con interesantes incentivos financieros, es difícil pensar que las ventajas de Internet lleguen a ser sólo económicas. Está también la conveniencia de poder pedir libros y recibirlos en casa por correo convencional, puesto que así no es necesario *ver* un material antes de comprarlo. La razón por la que los libros resultan atractivos para las personas se relaciona, probablemente, con un cierto sentido de confianza. El comercio electrónico ha tenido un desarrollo lento por los niveles de inseguridad que transmiten los sistemas electrónicos en cuanto al manejo del dinero, además del desconocimiento que se tiene de los proveedores a quienes se “visita” por primera vez. En circunstancias de poca confianza parece plausible sostener que un producto empaquetado, como un libro o un CD, sea una cosa aceptable para la compra electrónica, pues es siempre el mismo producto, indistintamente de quién lo venda. Un libro tradicionalmente se percibe como algo separado de quien lo comercia: el autor es su marca (Lash y Urry, 1994). De ahí que, por su naturaleza “empaquetada” y su forma material, sea un bien ideal para el comercio a través de Internet. Esto vierte dudas sobre la lógica incontrovertible según la cual la información digital iba a desplazar las formas materiales. Estas formas materiales cuentan con una larga historia que avala la confianza en su información y, por ende, animan a los usuarios a dotarlas de sentido y utilizarlas de maneras determinadas (Johns, 1998). No todas las formas virtuales de información tienen los mismos presupuestos culturales que las apoyen.

La ecuación que hace de Internet la causa de la desaparición del libro no es tan directa como la pintan las predicciones revolucionarias. En el futuro, es posible que los sistemas electrónicos de distribución de la información sean una amenaza para la economía de las librerías y editoriales convencionales. Prueba de esta incertidumbre, posiblemente, sea el apremio con el que la industria editorial se viene apoyando cada vez más en el mundo virtual. Las manifestaciones materiales de la información también están a merced del cambio y es

posible que haya consecuencias en las circunstancias espaciales, temporales y económicas de su distribución. Sin embargo, si todo esto sucede, será por mucho más que por un cambio en la lógica de distribución de la información y tendrá que ver en gran medida con una transformación en la experiencia cotidiana de adquirir, tener e interpretar la información. Puede que los creyentes de las predicciones compulsivas del futuro que ilustran sociedades radicalmente diferentes, juzguen a quienes emplean las tecnologías cotidiana y ordinariamente como poco imaginativos, inconscientes de lo que se avecina. En 1978, Hiltz y Turoff predijeron que “*para mediados de los 90, [las teleconferencias] serán tan utilizadas como el teléfono hoy*” (1993, pág. xxv). Durante esa década, reflexionaron acerca de su optimismo aún no satisfecho, y ofrecieron una explicación: habían soslayado la importancia de la “inercia social” (1993, pág. xxix). Con esto, retuvieron la capacidad de la tecnología para producir “revolución”, dilatando su posibilidad un poco más hacia el futuro. El trabajo de estas páginas trata precisamente de lo que estos dos autores han llamado *inercia social*: las prácticas a través de las cuales la tecnología se emplea y se entiende en contextos cotidianos. *Esas experiencias tendrán que cambiar si es que las radicales predicciones del futuro se hacen realidad.*

Nuestro argumento sugiere que el agente de cambio no es la tecnología en sí misma, sino los usos y la construcción de sentido alrededor de ella. Este es el punto que Grint y Woolgar (1997) han rescatado en la cita que hay al comienzo de esta introducción: existe un espacio de estudio sobre las prácticas cotidianas en torno a Internet, como medio para cuestionar las asunciones inherentes a las predicciones de futuros radicalmente diferentes. La etnografía es una metodología ideal para iniciar esta clase de estudios, en la medida en que puede servir para explorar las complejas interrelaciones existentes entre las aserciones que se vaticinan sobre las nuevas tecnologías en diferentes contextos: en el hogar, en los espacios de trabajo, en los medios de comunicación masiva, y en las revistas y publicaciones académicas. Una etnografía de Internet puede observar con detalle las formas en que se experimenta el uso de una tecnología. En su forma básica, la etnografía consiste en que un investigador se sumerja en el mundo que estudia por un tiempo determinado y tome en cuenta las relaciones, actividades y significaciones que se forjan entre quienes participan en los procesos sociales de ese mundo. El objetivo es hacer explícitas ciertas formas de construir sentido de las personas, que suelen ser tácitas o que se dan por supuestas. El etnógrafo habita en una suerte de mundo intermedio, siendo simultáneamente un extraño y un nativo. Ha de acercarse suficientemente a la cultura que estudia como para entender cómo funciona, sin dejar de mantener la distancia necesaria para dar cuenta de ella. En este libro exploraremos las formas a través de las cuales la perspectiva etnográfica puede adaptarse para la comprensión sobre cómo se constituye Internet a través de su uso. Esta metodología nos permite centrarnos en lo que Knorr-Cettina (1983) llaman “el carácter ocasionado, localmente situado” del uso de Internet. Nuestro objetivo, por tanto, será estudiar cómo se negocia el estatus de la Red en el contexto en que se emplea.

## **Problemas prefigurados**

Para los etnógrafos resulta siempre de utilidad considerar y tratar de articular las asunciones con las cuales llegan al campo. La creciente familiaridad con el entorno puede, o bien reforzar los problemas prefigurados (Hammersley y Atkinson, 1995, pág. 24), o bien provocar su total refutación y rechazo. Examinar constantemente las asunciones de partida es, precisamente, una forma de aprender acerca del contexto de investigación de modo relevante para los debates teóricos. La etnografía que trazaremos aquí toma como punto de partida los antecedentes de las predicciones revolucionarias acerca del impacto de Internet que hemos mencionado más arriba con abierto escepticismo. Una actitud que, por cierto, ha venido formándose gracias a las problematizaciones de otros analistas de Internet o del llamado *ciberespacio*. Kitchin (1998), por ejemplo, resume una serie de efectos del ciberespacio en tres categorías: cambios en el rol del tiempo y el espacio; cambios en las comunicaciones y en el rol de los medios de comunicación social; y un cuestionamiento de los dualismos como real/virtual, verdad/ficción, auténtico/fabricado, tecnología/naturaleza, representación/realidad. Estas predicciones han sido elaboradas como respuesta a debates más amplios en la teoría social que se centra en el significado de los cambios técnicos y sociales más recientes. El estudio breve y selectivo que veremos en estas páginas, debería servir para rastrear el territorio intelectual habitado por Internet, aunque no haga justicia a la complejidad de los debates. La teorización sobre Internet ocurre en un plano de desacuerdos acerca de los modos más adecuados para caracterizar formas actuales de organización social. Intervenir en estas disyuntivas está fuera del alcance de este libro, que constituye un texto etnográfico y que, por ende, simpatiza enteramente con los micro-niveles de análisis y no con los macro-niveles de estas discusiones. Trabajos como el que se reflejará a continuación, se conforman entendiendo el presente sin diseccionar sus parámetros de cambio social. Los debates sobre la periodización se emplean más bien como proveedores de declaraciones hechas sobre las implicaciones de Internet y sus precursores, así como para indicar caminos para interpretarlas.

La caracterización dominante distingue entre condiciones premodernas o tradicionales, modernas y posmodernas de organización social. Para algunos, las nuevas tecnologías de las comunicaciones son consecuencia lógica de las preocupaciones de la sociedad moderna acerca de la racionalidad y el control. Para otros, las nuevas tecnologías comunicacionales se diferencian por el énfasis que ponen en la incertidumbre, con lo cual se convierten en las manifestaciones de modos posmodernos de (des)organización, caracterizados por la fragmentación de conceptos tales como ciencia, religión, cultura, sociedad y el Sí mismo (*Self*). Finalmente, para algunos, las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación son agentes de cambio social, tan radicales que merecen un largo período de tiempo para terminar de adquirir forma: la sociedad de la información. Thrift (1996b) ha descrito el “virus del pensamiento acerca de la nueva era”, como una enfermedad cuyo síntoma principal es concebir los desarrollos tecnológicos como algo revolucionario, sin atender en modo alguno a la historia que precede a esa clase de afirmaciones. Webster (1995) también se ha mostrado escéptico ante argumentos que afirman que el rol de la información en la sociedad exige una periodización distinta. Basándose en su estudio sobre definiciones tecnológicas, económicas, ocupacionales, espaciales y culturales de la era de la información, este autor concluye que ninguna es suficiente para constituir una discontinuidad radical. Según

Webster (1995), quienes creen en esta ruptura radical –entre los cuales están Daniel Bell, Mark Poster y Manuel Castells– comparten cierta confianza implícita en las capacidades de la tecnología para inducir el cambio social. Así, este autor deja claro que simpatiza mucho más con los teóricos modernos, que creen en la continuidad y en la organización social.

Y es que los teóricos modernos proporcionan un marco específico para comprender el desarrollo de las tecnologías de la comunicación. La modernidad, para resumirlo crudamente, se caracteriza por su énfasis en la racionalidad y el control, por la organización a través de mecanismos de vigilancia y por su hincapié en el Estado-nación como medio para controlar la vida. La modernidad también se caracteriza por conceder importancia al conocimiento experto, como la ciencia, y por tener sus propias tecnologías clave: el reloj, el calendario, el mapa, los ordenadores. Para Giddens (1990), el reloj y el calendario contribuyeron a la formación de las dimensiones vacías del tiempo y del espacio. Su planteamiento es que con la universalización del concepto del tiempo se hace posible la coordinación a pesar de las distancias. A la separación entre tiempo y espacio, junto a la consecuente transformación de factores de ordenamiento social, se refiere como “distanciamiento entre tiempo y espacio”: un proceso desencadenado por dispositivos disyuntivos tales como los sistemas de intercambio y conocimientos que no dependen de sus condiciones temporales o espaciales de producción. Desde esta lógica, las nuevas tecnologías de la información y las comunicaciones son extensiones de un programa, ya existente, que tiene como objetivo lograr un mayor control por medio de un mayor conocimiento y organización a través del tiempo y el espacio. Las nuevas tecnologías, además de formar parte de una ya acentuada tendencia a la abstracción, son prolongaciones de la capacidad de organización y producción de conocimientos, rasgos heredados de la modernidad. Aunque investigadores como Giddens (1990; 1991) y Thompson (1995) no se han dedicado explícitamente a reflexionar sobre Internet, proponen un marco general que relaciona interacciones mediadas, organizaciones sociales y tiempo-espacio, que resulta tremendamente tentador. Existen estudios históricos que sugieren que los desarrollos tecnológicos pueden tener implicaciones culturales determinantes en la experiencia del espacio y el tiempo (Kern, 1983). En vez de constituir una amenaza para las relaciones sociales, podría decirse que Internet aumenta sus posibilidades de reestructuración en términos tiempo-espaciales, a pesar de operar como extensión de las preocupaciones modernas por el control social. De ahí que sería interesante producir estudios acerca de los usos cotidianos de Internet y las relaciones espacio-temporales que se tejen con su uso.

Los teóricos posmodernos sostienen que los fundamentos de la modernidad están en una crisis cada vez más profunda, que las bases para organizar la vida social están sufriendo cambios radicales. La fragmentación de conceptos modernos como en Sí mismo, la sociedad y la cultura, acompaña la pérdida de fe en los grandes relatos de la ciencia y la religión (Lyotard, 1984). Las relaciones sociales en el tiempo y el espacio también son objeto de análisis en el pensamiento posmoderno pero, en este caso, lo que resulta de su progresiva comprensión es la fragmentación y no la potencial racionalización ni el control social (Harvey, 1989). Para el pensamiento posmoderno, las nuevas tecnologías de la comunicación son parte de un proceso en el que la duda pesa sobre la autenticidad, la representación y la realidad, el Sí mismo

unitario y la distinción entre este y la sociedad que lo rodea. Poster (1990; 1995), por ejemplo, identifica la provisión de nuevas condiciones para la conformación de una subjetividad dispersa y descentrada en los nuevos medios de comunicación masiva. Este autor también identifica la borrosidad de los límites entre humano y máquina, y entre realidad y virtualidad, como fenómenos posmodernos. La postmodernidad parece haber encontrado en Internet su objeto, un mundo en el que “todo vale”, donde las personas y las máquinas, la verdad y la ficción, el Sí mismo y el otro se diluyen en un gran océano sin barreras ni distinciones. Algunos postulan que el ciberespacio señala el fin de la modernidad (Nguyen y Alexander, 1996) y abre el contexto posmoderno por excelencia para jugar con el Sí mismo (Turkle, 1996). Esto introduciría en el análisis del uso cotidiano de Internet una serie de cuestiones relativas a los modos de construcción de la autenticidad, de la identidad, y de cómo estas son gestionadas. También nos ayudaría a reflexionar sobre cómo se experimentan y administran las barreras entre lo real y lo virtual, si es que queda algo en pie de lo que alguna vez fue considerado “lo real” (Baudrillard, 1983).

Webster (1995), por su lado, aboga por una teoría social que haga las veces de antídoto para la visión simplista sobre el impacto que tienen las nuevas tecnologías, principalmente provenientes de posturas deterministas que les adjudican efectos sociales ya establecidos. Webster cree que la teoría social representa un camino para enriquecer la reflexión sobre las complejidades presentes en las relaciones entre tecnología y sociedad. Aunque defiende ese uso, reconoce que el determinismo tecnológico está presente en gran parte de los teóricos que ha revisado (1995, pág. 215): los mismos teóricos que asumen que los desarrollos tecnológicos “soportan”, “facilitan” o “promueven” el desarrollo social en determinadas direcciones, vacilan a la hora de afirmar que la tecnología cause desarrollos sociales directamente. Así, nos encontramos frente a una serie de problemas ocultos pero cruciales que surgen del desafío a las versiones deterministas, rescatado a través de la sociología de la ciencia y de la tecnología. Para Grint y Woolgar (1997), el impacto de las tecnologías no obedece a sus cualidades intrínsecas, sino que es resultado de series contingentes de procesos sociales. Las llamadas cualidades inherentes de la tecnología se construyen y adquieren su forma a través de procesos tales como la negociación acerca de la naturaleza de los usuarios. El impacto de la tecnología depende de que los usuarios aprendan a emplearla de cierta manera, lo cual sería contingente con el desarrollo de relaciones sociales entre los diseñadores y los usuarios a través (y alrededor de) la máquina. En tanto que algo contingente, tal desarrollo sería también indeterminado: en principio, la comprensión que desarrollen los usuarios de la tecnología es libre y puede ser muy distinta de la de los diseñadores. Quizás la síntesis de este argumento se encuentre en la metáfora de “la tecnología como texto” (Woolgar, 1991a; Grint y Woolgar, 1997), que desarrollaremos con mayor profundidad en el capítulo II. Nos conformaremos por ahora con sugerir que sería valioso mantener cierto escepticismo frente a la idea de que la tecnología tiene cualidades inherentes y, en relación con el estudio etnográfico de Internet, cuidarnos especialmente de aquellas cualidades que terminan por asumir que esta *posee* cierta capacidad de transformación social. A partir de ese sano escepticismo, lograremos orientarnos a examinar los usos cotidianos de Internet y prestaremos especial atención a la comprensión que los usuarios tienen sobre sus verdaderas utilidades.

## Hacia una perspectiva etnográfica de Internet

Sería analíticamente contradictorio, como punto de partida, tomar por supuestos algunos rasgos de la tecnología para decir que “así son las cosas”. Nuestras creencias acerca de Internet y sus propiedades pueden someterse a investigación del mismo modo en que se cuestionan las ideas de los Azende sobre la brujería (Evans-Pritchard, 1937) o, en Inglaterra las convicciones sobre la herencia (Strathern, 1992), en Estados Unidos las suposiciones sobre el sistema inmunológico (Martin, 1994) o cualquier otro tópico etnográfico. Nuestras creencias acerca de Internet pueden tener consecuencias importantes sobre la relación individual que tengamos con la tecnología y sobre las relaciones sociales que construyamos a través de ella. La etnografía, en este orden de cosas, puede servir para alcanzar un sentido enriquecido de los significados que va adquiriendo la tecnología en las culturas que la alojan o que se conforman gracias a ella. Así, nuestro trabajo se inicia dialogando con las proyecciones teóricas acerca del significado de Internet, utilizándolas para resolver los problemas que plantearía una etnografía del uso de Internet. Algunas de las preguntas concretas que pretendemos explorar, a partir de nuestra revisión teórica, son:

- ¿Cómo los usuarios llegan a comprender las capacidades y posibilidades de Internet? ¿Qué implicaciones tiene su uso? ¿Qué interpretan de ella en tanto medio de comunicación y a quién perciben como audiencia?
- ¿De qué modo afecta Internet a la organización de las relaciones sociales en el tiempo y el espacio? ¿Es distinta esa organización a la de “la vida real”? Y si la respuesta es afirmativa, ¿cómo los usuarios reconcilian lo virtual y lo real?
- ¿Cuáles son las consecuencias de Internet sobre los sentidos de autenticidad y autoría? ¿Cómo se desempeñan y experimentan las identidades, y cómo se juzga la autenticidad?
- ¿Es “lo virtual” experimentado como algo radicalmente diferente y separado de “lo real”? ¿Hay una frontera divisoria entre la vida *online* y *offline*?

Me lancé a explorar estas cuestiones a través de un estudio etnográfico sobre un caso particular en el que el uso de Internet resultó central. Tales interrogantes han motivado la producción etnográfica y orientado la discusión de sus hallazgos.

Pasando a presentar y describir someramente el argumento central de este trabajo, tenemos que el libro se divide en dos bloques: los capítulos II y III desarrollan un preámbulo metodológico y el argumento a favor de una perspectiva etnográfica distintiva para abordar el estudio de Internet, lo cual, en el capítulo IV, se traduce en la descripción del diseño y la conducción de la etnografía basada en una serie de fundamentos analíticos. Los capítulos V, VI y VII brindan el cuerpo central de la etnografía como tal, donde se ponen en juego las preguntas realizadas más arriba.

Dado que los problemas prefigurados dan algunas guías acerca de qué estudiar, la cuestión

pasa a ser en dónde realizar el estudio. Sabemos que el objeto de estudio es Internet, pero encontrar un lugar adecuado a nuestros propósitos no es nada fácil. Tal es el problema del capítulo II, y nuestro argumento es que existen dos maneras diferentes de ver Internet, cada una con ventajas analíticas particulares e ideas propias acerca de lo que sería un sitio adecuado. La primera sostiene que Internet representa un lugar donde se gesta una cultura: el ciberespacio. Los estudios pioneros sobre *comunicación mediada por ordenador* (originalmente *CMC: Computer-Mediated Communications* o CMO), realizados con un fuerte acento experimental, concluían que este medio empobrecía la comunicación. Según estos estudios, cuando las personas ven limitada su capacidad de expresión a comunicaciones textuales, y cuando la transmisión de códigos sociales vitales para la comunicación se restringe, se generan agresiones y malentendidos. Recordemos también que las posibilidades de un uso amplio de las comunicaciones mediadas por ordenador o CMO, basadas en textos, en aquella época, estaban limitadas por la poca amplitud de banda con que se contaba. En la medida que los precursores de Internet fueron ganando fama fuera de los círculos experimentales, esa imagen fue desplazada. Rheingold (1993) se destacó entre otros por sostener que las CMO eran capaces de proveer formas de interacción muy ricas, así como de proporcionar el espacio idóneo para la conformación de comunidades. Estudios más sistemáticos se basaron en la metodología etnográfica para establecer las CMO como espacios donde se mantienen interacciones relevantes, que pueden ser entendidas como constitutivas de una cultura en sí misma. Tales estudios sobre espacios *online* contribuyeron ampliamente con el establecimiento de la imagen de Internet como cultura, en la que se pueden estudiar los usos que las personas confieren a la tecnología. Desde estos enfoques el ciberespacio es un lugar plausible para realizar el trabajo de campo.

La segunda perspectiva, introducida en el capítulo II, define Internet como un *artefacto cultural* (Woolgar, 1996), un producto de la cultura, en fin: una tecnología que ha sido generada por personas concretas, con objetivos y prioridades contextualmente situados y definidos y, también, conformada por los modos en que ha sido comercializada, enseñada y utilizada. Hablar de Internet como artefacto cultural implica asumir que nuestra realidad actual pudo haber sido otra, pues las definiciones tanto de lo que es como de lo que hace, son resultado de comprensiones culturales que pudieron ser diferentes. Vemos que la etnografía ha dotado a esta postura de algunas claves si tomamos en cuenta investigaciones en el área de la sociología de la ciencia y la tecnología, y en la sociología de los medios, en los que se ha sostenido que tanto la tecnología como los medios poseen flexibilidad interpretativa dado que las ideas que provienen de su uso práctico se desarrollan siempre a partir de un contexto determinado. Así, los contextos locales de interpretación y uso conformarían el campo de estudio etnográfico. Hasta la fecha los estudios de Internet se han centrado en su estatus en tanto cultura, omitiendo su posibilidad de comprensión como artefacto cultural. Las dificultades metodológicas que comportaría una combinación de ambas perspectivas devienen de traducir una aproximación tradicionalmente aplicada en contextos específicos socialmente delimitados, a una tecnología de las comunicaciones que parece disgregar la noción de “límites”. Por lo general, los etnógrafos se han lanzado a estudiar, bien contextos *online*, o bien *offline*. Para dar cuenta de Internet en ambas dimensiones: como cultura y como artefacto

cultural es necesario repensar la relación entre espacio y etnografía.

La discusión metodológica cierra el capítulo II sienta las bases para el III, donde se comentan los desarrollos más recientes sobre la relación entre la experiencia del etnógrafo y la etnografía como producto escrito, sobre la forma reflexiva del proyecto etnográfico, y sobre la construcción de su objeto de estudio, estableciendo algunas claves valiosas para encontrar formas creativas de apropiarse de esta metodología para el análisis de Internet. Las interacciones cara a cara, así como las retóricas sobre viajar a sitios remotos, han sido determinantes para dar autenticidad a las descripciones etnográficas. Es cierto que un medio limitado como las CMO podría hacer tambalear algunas asunciones centrales de la etnografía, tales como que el conocimiento se ha de evaluar a través de la experiencia y la interacción; pero el cuadro cambia de algún modo si simplemente reconocemos que el etnógrafo puede construirse a sí mismo como un actor que necesita tener experiencias similares a las de sus informantes, indistintamente de cuán mediadas estén tales experiencias. Realizar una investigación etnográfica a través de la CMO abre la posibilidad de enriquecer las reflexiones acerca de lo que significa ser parte de Internet. También se gana simetría en la exploración, pues el investigador emplea los mismos medios que sus informantes. Los desarrollos en etnografías móviles y multi-situadas también nos dan algunas guías para explorar la constitución de objetos etnográficos que atraviesan espacios geográficos junto a sus informantes. Tales desarrollos permiten pensar en la etnografía como modo de conocer a través de la experiencia sin pretender producir un estudio que abarque la totalidad de una cultura determinada. Con ello se abren, simultáneamente, las posibilidades de repensar la conformación de un objeto etnográfico y reformular las bases del compromiso de esta metodología con el campo y la práctica. El capítulo termina proponiendo algunos principios para llevar a cabo una etnografía virtual, es decir, una etnografía sobre Internet y construida en Internet que puede ser parcialmente concebida como una respuesta adaptativa y plenamente comprometida con las relaciones y conexiones, y no tanto con la locación, a la hora de definir su objeto.

Así pues, la primera parte del libro, allana el terreno para una particular aproximación etnográfica que no es igual a la de la vida “real” pero se le parece mucho: la etnografía virtual. En los capítulos IV, V y VI se ponen en práctica las propuestas metodológicas detalladas al principio del trabajo. El caso de estudio elegido para explorar Internet como cultura y como objeto cultural es un evento mediático: el caso de Louise Woodward y el juicio al que fue sometida, en una corte de Boston, por el asesinato de un niño bajo su cuidado. Este hecho recibió una gran atención mediática y estimuló una gran producción de actividades en Internet. Quienes apoyaban a Louise y vieron el juicio produjeron sus propias páginas web para pedir su liberación y hacer campaña en su favor. Como resultado del juicio, los usuarios de Internet podían leer la sentencia, registrar su apoyo, hacer *lobby* alrededor del juez y revisar la evidencia. Reportajes, vídeos y archivos de sonido: estaba todo disponible *online*. A través de Internet, las personas podían leer los resultados de un examen poligráfico o escuchar el llanto de Louise en el momento del veredicto de culpabilidad. En grupos de discusión se debatieron ardientemente los aciertos y los fallos del caso y las personas se

posicionaban a favor o en contra de la acusada empleando una gran variedad de recursos para tratar de convencer a los demás. Del caso se generó un material tan rico como variado para la etnografía; al punto que se puede decir que su cobertura mediática abre una nueva dimensión para esta metodología. El papel que jugó Internet alrededor de esta situación recibió la atención de los medios de comunicación, especialmente cuando el juez anunció su decisión de dar su veredicto a través de un sitio de Internet, lo cual ofrece la interesante posibilidad de observar el estatus de la Red para ese entonces. El capítulo IV presenta el escenario para desarrollar una etnografía del caso de Louise Woodward en Internet. Una etnografía sustentada por un lado en la emergencia de una serie de actividades en el ciberespacio y, por el otro, en el compromiso de asumieron los productores de tales actividades tanto en sus respectivos grupos de noticias como en sus sitios web.

Los capítulos V, VI y VII contienen el grueso del estudio, donde se intenta resolver las dificultades que devienen de los problemas prefigurados anteriormente discutidos. El V comienza con la cuestión de la capacidad de Internet para reestructurar relaciones sociales en el tiempo y el espacio. La discusión sobre la interpretación que tienen de la tecnología los diseñadores de páginas web y los colaboradores de grupos de noticias dará pie para la exploración de las relaciones temporales y espaciales que emergieron durante nuestro caso de estudio. Los usuarios de Internet dan sentido a sus prácticas a través de una comprensión compartida, que surge tanto de la producción de una página web como del uso de un grupo de noticias, y que constituyen nada menos que formas de acción social. En ello hay una comprensión compleja de la relación entre tecnología en Internet y las relaciones sociales en el tiempo y el espacio. Los autores de páginas web, por su parte, dan sentido a sus diseños basándose principalmente en su interpretación de las visitas que reciben; visitas que funcionan como forma de reconocimiento. Se preocupan por producir páginas que duren en el tiempo y que estén bien enlazadas para maximizar su número de visitantes. Los grupos de noticias, por último, son espacios sociales altamente diferenciados sostenidos por colaboraciones de usuarios en forma de notas y mensajes temporal y situacionalmente relevantes para el grupo. Más que trascender el tiempo y el espacio, Internet puede ser representada como una instancia de múltiples órdenes espaciales y temporales que cruzan una y otra vez la frontera entre lo *online* y lo *offline*.

En el capítulo VI exploraremos el “problema de la autenticidad”, comúnmente asociado a Internet. Con frecuencia, la comunicación mediada representa un problema en la medida en que no es posible determinar la fiabilidad de las afirmaciones ni la identidad de sus autores. Si bien el uso de Internet para juegos de identidad ha sido extensamente estudiado, este capítulo explora en primer lugar hasta qué punto el problema de la autenticidad es experimentado como tal por los usuarios de Internet y, en segundo, las estrategias que emplean para manejarlo. La autenticidad se construye como un desempeño discursivo que organiza las declaraciones de manera que procuren tal percepción. Y las discusiones en los grupos de noticias presentan un terreno particularmente tentador para evaluar este proceso, pues es de lo más normal que un mensaje rete a los anteriores. Las bases para tales desafíos pueden ser variadas dependiendo de los grupos pero, en cualquier caso, serán escasas las discusiones que

giren directamente alrededor de la cuestión de la autenticidad entre los grupos aquí estudiados. Esto nos hace pensar que la autenticidad de la identidad se mantiene ampliamente incuestionada, salvo que afecte directamente el tópico de discusión. También las páginas web pueden ser entendidas como gestiones orientadas a la promoción de la autenticidad y, en ese sentido, se identificaron dos estrategias diferenciadas: un modo etnográfico en el cual el autor construye una identidad para dar a entender que su conocimiento está basado en la experiencia; y un modo científico en el cual la identidad del autor desaparece para presentar el contenido de la página como un conocimiento objetivo. Las personas que utilizaron Internet para compartir puntos de vista sobre el caso de Louise Woodward, lejos de trivializar, se mostraron con frecuencia comprometidas y preocupadas por sustentar la autenticidad de sus posicionamientos, asiéndose para ello a una gran variedad de recursos.

El capítulo VII revisa las implicaciones de la etnografía para la comprensión de Internet. Llegado ese punto el caso de Louise Woodward ha sentado las bases para considerar su flexibilidad interpretativa y la actividad *online* como un medio que facilita la comprensión sobre esta tecnología. Por otro lado, podemos ver que existen formas aceptadas, estables y extensamente compartidas de uso de la Red, tal como demuestran los espacios sociales colaborativos que prestan los grupos de noticias. Si bien es posible que Internet muestre un bajo nivel de flexibilidad interpretativa entre sus usuarios en espacios particulares, la diversidad de grupos de noticias sugiere altas cuotas de libertad para que sus internautas den distintas interpretaciones a la tecnología. Los grupos de noticias son localmente estables, pero también muy diversos. La percepción de las páginas web como territorios individuales alientan a los diseñadores a experimentar con la tecnología y permitir la creación de una gran diversidad de páginas. Como parte del proceso, no obstante, los productores de páginas web monitorizan reflexivamente el desempeño de sus trabajos, comparan sus productos con otros y, así, tiende a estabilizarse la *World Wide Web* alrededor de una serie de usos relativamente compartidos. Las páginas web, a la vez que son potencialmente diversas, tienden a estabilizarse localmente a través de la consideración de las interpretaciones de otros. Comúnmente contrastamos nuestras interpretaciones y usos de Internet con los de los demás. De este modo, la Red se constituye en una instancia de desempeño general donde usuarios y usuarias vamos construyendo formas comunes y determinadas de actuar, haciendo las veces de estabilizadores de usos de Internet. Las relaciones sociales que se forman en Internet también tienden a estabilizar la tecnología, así como a fomentar la comprensión común de sus formas específicas de ser y funcionar. Si bien la Red ha sido presentada como una tecnología trascendental en sí misma, capaz de superar dualismos como Sí mismo/otro, real/virtual, naturaleza/cultura y verdad/ficción, lo cierto es que tiene una relación mucho más compleja con estas distinciones. Como afirma Robins: “tenemos que desmitificar la cultura virtual si queremos acceder a las implicaciones más serias que ella tiene sobre nuestras vidas personales y colectivas” (1995, pág. 153). Los usos cotidianos de Internet no sólo son mucho más interesantes, matizados, diferenciados, o en ocasiones aburridos de lo que los futurólogos quisieran hacernos creer, sino que además prometen nuevos terrenos de investigación en el futuro. En la sección final de este capítulo se exploran algunas omisiones en esta etnografía, y se proponen nuevos caminos de estudio en el futuro.

En cierto nivel este es un libro sobre metodología: su objetivo es desarrollar una perspectiva de estudio de las interacciones mediadas y mostrar a través de un ejemplo concreto los procedimientos, problemas y beneficios que implica tal perspectiva. Sin embargo, no puede decirse que sea un manual o una guía de “hágalo usted mismo”. Espero que este trabajo contenga ideas provocativas y útiles para cualquiera que desee comenzar una etnografía sobre un campo de interacciones mediadas; que deje ver las intrigantes posibilidades que trae esta metodología para el estudio de Internet.

Parte de mi argumento es que la etnografía se fortalece, precisamente, por su falta de recetas. Desde su origen, los etnógrafos se han resistido a producir guías que prescriban su aplicación pues, a fin de cuentas, la etnografía es un artefacto y no un protocolo que puede dissociarse de su espacio de aplicación ni de la persona que lo desarrolla (Rachel, 1996). La metodología de una etnografía es inseparable de los contextos donde se desarrolla y por eso la consideramos desde una perspectiva adaptativa que reflexiona precisamente alrededor del método. La postura etnográfica descrita en este libro trata de hacer justicia a la riqueza y complejidad de Internet, a la vez que aboga por la experimentación dentro de un género que responde a situaciones enteramente novedosas.

Si bien éste no es exactamente un texto sobre metodología ni un manual, tampoco es una introducción al uso de Internet o un manual técnico para usuarios de Internet. Tanto en esta introducción como en el resto del trabajo, he asumido ampliamente que quienes lean este libro estarán familiarizados con nociones tales como “grupos de noticias”, “página web”, “motores de búsqueda”, etc. En otras palabras, he partido de la presuposición de que Internet es un objeto de uso corriente para lectores y lectoras. De hecho, no se han incluido descripciones técnicas detalladas o instrucciones en el cuerpo del escrito para no aburrir a aquellos que conocen el área y no alejarnos de nuestros principales argumentos. Espero, en cualquier caso, procurar nuevas preguntas, intrigar a aquellos que se sienten extraños y desorientados con respecto al mundo de Internet. He preparado un glosario técnico al final del libro; sus descripciones, aunque insuficientes en tanto instrucciones de uso, pueden al menos explicar los tipos de interacción que discutiremos. Por último, confío en que las lectoras y lectores encuentren inspiración para explorar los usos que les resulten novedosos de Internet y que traten de hacerlo con un espíritu etnográfico.

## Capítulo II Internet como cultura y artefacto cultural

Decíamos en el capítulo anterior que Internet podía ser entendida de dos maneras: como una cultura en sí misma y como un artefacto cultural. En este capítulo, tomaremos ambas perspectivas como punto de partida para discutir cómo desarrollar una aproximación etnográfica para la comprensión de la Red.

Se ha sugerido que los avances en el ciberespacio facilitan toda una serie de nuevos campos para la etnografía (Escobar, 1996). Ambas visiones, la de Internet como cultura y como artefacto cultural, conforman perspectivas de análisis etnográfico y cada una sugiere distintas aproximaciones metodológicas, con sus respectivos problemas y ventajas. En la primera sección, revisaremos las perspectivas que abogan por interpretar Internet como una cultura y discutiremos tanto algunos dilemas metodológicos como las innovaciones que traen consigo. En la segunda sección, revisaremos los argumentos clave para interpretar la Red como un objeto cultural que adquiere sentido socialmente, a través de su producción y uso. Al final, veremos las ventajas e inconvenientes que supondría acercar ambas perspectivas.

### Internet como cultura

La preocupación por los efectos que puedan tener las comunicaciones mediadas por ordenador sobre los procesos de interacción es casi tan antigua como la tecnología misma. En un inicio, las posturas de estudio de las CMO estuvieron lejos de reconocer que fuese un espacio rico para el intercambio cultural. De hecho, en comparación con otros medios de comunicación, y particularmente con las interacciones cara a cara, el correo electrónico parecía muy limitado. Recordemos también que los ordenadores no tenían la capacidad ni permitían la riqueza comunicacional de las relaciones presenciales (Baym, 1998). Muchos de los análisis más tempranos de las CMO consideraron que éstas estaban destinadas meramente a contextos laborales y organizacionales; argumento que aparece con frecuencia en la psicología social. Existen trabajos, empero, que han generado una comprensión más amplia de las cualidades de las CMO. Esta sección estará extensamente basada en los estudios de Rudy (1994; 1996), quien traza y caracteriza la investigación de CMO en entornos organizacionales. En su investigación, Rudy examina el establecimiento de criterios de selección de medios de comunicación para tareas determinada (selección de medio), y encuentra que los investigadores discrepan sobre la cuestión de hasta qué punto las decisiones se basan en atribuciones de cualidades inherentes al medio; características que cualquier persona pudiese imputarle para hacer una elección racional. Las ideas sobre las cualidades particulares de las CMO se fueron extendiendo hasta asentarse en otro cuerpo de trabajo, también en entornos organizacionales, que se centraba en *los efectos* de los medios. Para entender Internet como una cultura, es imprescindible comprender los fundamentos de las comunicaciones mediadas por ordenador, de lo cual pasaremos inmediatamente a ocuparnos.

Gran parte de las investigaciones sobre los efectos de los medios estuvo motivada inicialmente por preocupaciones y problemas gerenciales. La cuestión era encontrar el mejor

camino para desarrollar sistemas de CMO en organizaciones, sus posibles beneficios y dificultades. Esta preocupación general se tradujo en cuestiones más concretas tales como qué tipo de tareas podría lograr un grupo empleando la comunicación electrónica, cómo podrían compararse, en su efecto comunicacional, los distintos medios, y qué efecto tendrían los distintos medios sobre los grupos de trabajo. El tema del trabajo en grupo pasó a ser un centro particular de atención, y las cuestiones planteadas dieron un impulso al interés, ya bien avanzado entre los psicólogos sociales, sobre los procesos grupales. Fue así como se emplearon métodos experimentales para establecer consistentemente las características que diferencian la comunicación a través de un medio y de otro. Los experimentos se diseñaron sobre el supuesto de que las disparidades entre los grupos de trabajo con distintos medios de comunicación demostraría las diferencias inherentes a esos medios.

Quizás la más conocida e influyente de las perspectivas de estudio de estas tecnologías, sea la comprensión de las CMO basada en el modelo de “reducción de signos sociales” (“*reduced social cues*”), <sup>(1)</sup> establecido a través de estudios experimentales sobre toma de decisiones en grupo (por ejemplo, Kiesler, Siegel y McGuire, 1984; Sproull and Kiesler, 1986; 1991) donde se daba una tarea a un grupo de personas por un sistema de videoconferencia, para luego comparar los resultados de la tarea con otros grupos que hubiesen interactuado en presencia física. El análisis del proceso buscaría medir la selección de variables y compararlas en ambos grupos. Entre las medidas, por lo general, se incluían igualdad de participación entre géneros o entre miembros de diferentes estatus, tiempo o número de interacciones necesarias para culminar la tarea, y niveles de agresión. Estas variables combinaban la evaluación de contenidos de mensajes (por ejemplo, nivel de agresión) y contabilización directa de aspectos dentro del proceso (por ejemplo, número de contribuciones). Desde un enfoque socio-psicológico, el análisis de los resultados sugería que las comunicaciones mediadas por ordenador carecían de signos sociales atribuibles al contexto, lo cual tenía un efecto de desinhibición en los participantes: los medios de correo electrónico, limitados a textos, dejan fuera los signos sociales de contexto (características de género, edad, raza, estatus social, expresión facial y entonación) empleados rutinaria-mente en las interacciones cara a cara. La falta de esos signos, concluyen, podría ser la base para explicar tanto la igualdad de participación como los altos niveles de agresión percibidos en grupos mediados por ordenador. El “flaming” <sup>(2)</sup> o los insultos pueden explicarse como señal de desinhibición, producto de la ausencia de signos del contexto social, que lleva a los participantes a concentrarse más sobre ellos mismos que sobre sus interlocutores. El incremento de igualdad de participación encuentra aquí sus razones en esa desinhibición ante la ausencia de factores visuales o auditivos que evidencien el estatus de otros participantes, con lo cual, también, se da una tendencia a concentrarse más en uno mismo que en los demás (Sproull y Kiesler, 1986; 1991).

En la comprensión de las CMO y sus efectos, el modelo de “reducción de signos sociales” ha sido cuestionado por otros enfoques más centrados en contextos diferenciados. Una serie de autores han centrado sus estudios en los diferentes usos atribuidos a las CMO según el entorno. La alternativa propuesta a los estudios anteriores era cotejar los distintos usos entre

sí, y no con respecto a la interacción presencial. Spears *et al.* (1990) y de Lea y Spears (1991), en efecto, se propusieron comparar el uso de una misma tecnología en distintas condiciones experimentales, y encontraron que los efectos de las CMO sobre los procesos de toma de decisiones grupales podían variar dependiendo del sentido de pertenencia de los participantes a sus grupos. A partir de sus datos, estos autores sugieren que lo que el modelo de “reducción de signos sociales” atribuye a la tecnología no es sino el resultado del modo en que los grupos experimentales habían sido organizados. La propuesta que hacen es, por tanto, concentrarse más en el contexto en el cual se emplea la tecnología, e incluir en el análisis la influencia de la identidad social (la orientación hacia el grupo) y la des-individuación (que opera en el anonimato visual de los participantes) de los procesos grupales.

Mantovani (1994) también cuestionó el modelo dominante de “reducción de signos sociales” al compilar una revisión de casos basados en observación y mostrar que, en vez de vencer las barreras espaciales o jerárquicas en las organizaciones (como sugiere aquel modelo), las comunicaciones mediadas por ordenador tienden a reforzarlas. Según este autor, es difícil sostener que la tecnología tenga efectos sociales independientemente del contexto donde sea utilizada. Mantovani, para empezar, pone en entredicho los fundamentos de algunas medidas cuantitativas empleadas para establecer igualdad de participación: puede que un miembro de bajo estatus en el grupo tenga igual o mayor número de contribuciones que los demás, pero de ello no se sigue que sus intervenciones tengan la misma importancia que las de sus superiores. A diferencia de los arreglos experimentales, en los que los participantes normalmente no se conocen entre sí (cuando menos, no antes del estudio) los usuarios de las CMO en organizaciones están por lo general ampliamente al tanto de sus diferencias de estatus. Mantovani sugiere invertir la cuestión de los efectos sociales de las CMO para preguntar, más bien, cómo es que el contexto social suscita el uso y los efectos de las comunicaciones mediadas por ordenador, cuestión que veremos en detalle al final del presente capítulo.

Asumir las CMO como una tecnología de efectos sociales determinados también ha despertado controversias en otros espacios. Se ha observado, por ejemplo, que fuera de un entorno estrictamente experimental, las CMO han facilitado experiencias de relaciones sociales tan ricas como complejas, contradiciendo todas las conclusiones que apuntaban hacia un medio de comunicación limitado y constreñido. Rheingold (1993) ha tenido una particular influencia en este sentido, mostrando a partir de sus experiencias en WELL (Whole Earth ‘Lectronic Link) que las CMO son, en efecto, generadoras de comunidades. Este autor muestra en su investigación a un grupo de personas comprometidas en ofrecerse apoyo y consejos entre sí; personas que se adentran en relaciones personales y sostienen argumentos con gran intensidad. El mismo Rheingold se expresa como alguien personalmente comprometido y plenamente convencido del potencial que ofrecen las tecnologías de la comunicación para acercar a la gente, reformular las conexiones amenazadas por la vida moderna, y mejorar la participación democrática. De hecho, el término “comunidad virtual” fue empleado por él para destacar los niveles de compromiso y conexión que experimentan los usuarios que emplean las CMO para conformar relaciones permanentes:

Las comunidades virtuales son agregaciones sociales que emergen de Internet cuando suficientes personas se mantienen en una

discusión pública, durante suficiente tiempo, con suficiente sentimiento humano como para establecer redes de relaciones personales en el ciberespacio. (1993, pág. 5)

Algunos de los primeros creadores de *dominios multiusuario* (DMU), como Curtis (1992) y Bruckman (1992), han escrito sobre las estructuras sociales que emergen en esta clase de contextos. Sus observaciones se sumaron a las evidencias, cada vez más claras, de que las comunicaciones mediadas por ordenador podían tener mucho que ver con la conformación de relaciones sociales (Parks y Floyd, 1996). Efectivamente, a partir de los desarrollos iniciales de WELL y los *dominios multiusuario*, se ha venido sosteniendo, cada vez con mayor fuerza, que los entornos *online* son capaces de formar comunidades virtuales, y grupos de noticias o tableros de anuncios, así como IRC (*chats*) y entornos para juegos de rol tales como los DMU, hoy por hoy se describen naturalmente como *comunidades*. Esta contracorriente, que destaca las posibilidades comunicativas en vez de las limitaciones inherentes a las CMO, comenzó desde los 90 y su resultado ha tenido una gran influencia en el desarrollo de agendas de investigación, hoy más dirigidas hacia los usos reales de la tecnología que a su hipotético potencial o efectos obtenidos en entornos experimentales. Hay investigadores que, incluso, han ido más allá de observar cómo las CMO se perciben como comunidades para sus participantes, para prestar una atención detallada a la cuestión de cómo se crea y se sustenta tal percepción en el tiempo (Jones, 1995; McLaughlin *et al.*, 1995; Kollock y Smith, 1999). En general, la relación entre las CMO y las ciencias sociales se ha reconceptualizado de pleno: al ver que en Internet se producían relaciones sociales significativas, los investigadores intentaron comprenderla como un entorno de relaciones sociales en sí mismo, más que como un simple medio de efectos positivos o negativos sobre otros contextos. Fue así como se descubrió un espacio de interés en el intersticio entre un mensaje publicado en un grupo de noticias y el autor de su siguiente respuesta. Un espacio abierto, un contexto cultural.

En la introducción de la innovadora compilación *cybersociety*, se destacaba la necesidad de nuevas formas de hacer investigación para poder dar cuentas de las “formaciones sociales no-tradicionales” que ocurren *online* (Jones, 1995, pág. 11). El contexto de las CMO fue, entonces, colonizado por una serie de metodologías y aproximaciones de las ciencias sociales. Una vez que las CMO fueron asumidas como cultura, se convirtieron en territorio de la antropología, de los estudios culturales, la ciencia política, la comunicación social, la psicología y la sociología. Los investigadores entraban al ciberespacio para estudiar las formaciones sociales, culturales y políticas que encontraban allí, en una dinámica que ha conducido, según Stone, a una sobrepoblación de “investigadores que se lanzan sobre paisajes virtuales, escudriñando a nativos virtuales, y tomando extensas notas virtuales de campo” (1995, pág. 243). Cada disciplina ha empleado sus propios métodos, adaptándolos lo mejor posible a los entornos del ciberespacio. El análisis cuantitativo, por ejemplo, señalaba un camino para explorar los usos que se daban a Internet contabilizando y correlacionando la ocurrencia de algunos de los mensajes allí publicados. El ambicioso *ProjectH* (Rafaeli *et al.*, 1994) cuenta entre las iniciativas más llamativas de rastreo de estructuras sociales emergentes en grupos de noticias, a la vez que permitió a los investigadores reflexionar sobre el uso de las CMO en la coordinación del proyecto durante su propia realización (Sudweeks y Rafaeli, 1996). Este estudio a gran escala también incluía el análisis de contenidos de un extenso

corpus de mensajes enviados a grupos de noticias, lo cual permitía estudiar los temas que conformaban ciertos tipos de grupos. Mark Smith (1999) ha desarrollado métodos para producir un mapeo sistemático de la estructura social de Usenet, que incluye niveles de actividad y enlaces a través de mensajes cruzados entre grupos.

Si bien los estudios cuantitativos han jugado un rol importante en la provisión de análisis sistemáticos y herramientas para comparar diferentes entornos, los estudios cualitativos e interpretativos han alcanzado un lugar privilegiado a la hora de estudiar en sus propios términos un contexto cultural como Internet. El análisis cualitativo ha sido, definitivamente, la principal influencia en el establecimiento de los rasgos de las CMO.

Internet y las otras redes similares proveen un campo de acción natural para el estudio del comportamiento de las personas *online*, sin tener que ajustarse a las constricciones de los diseños experimentales de investigación. Los estudios de enfoque naturalista de entornos virtuales toman nota de la riqueza y complejidad presentes en el uso de las comunicaciones mediadas por ordenador como punto de partida para analizar comportamientos situados (Wynn y Katz, 1997), cuestionando explícitamente los enfoques experimentales que analizan este tipo de comunicación como un medio limitado (Baym, 1995a; 1995b; 1998; Paccagnella, 1997). El objetivo de estas perspectivas ha sido rescatar la riqueza social e innovadora que hay detrás del uso asignado a las CMO, fuera de los diseños experimentales, proponiéndose como alternativa de enfoque para los usos e interpretaciones de la tecnología en acción. No resultará sorprendente que las aproximaciones cualitativas a las CMO se hayan fijado en los recursos lingüísticos que los participantes generan y usan. Desde perspectivas de análisis del discurso (Baym, 1995a; McLaughlin *et al.*, 1995) hasta la etnometodología (Correll, 1995; Thomsen *et al.*, 1998), los investigadores han abierto un espectro de posibilidades para el estudio de las prácticas que dan sentido a determinados contextos, a través de la interacción entre sus participantes. La aparente ausencia de una realidad pre-discursiva en los entornos virtuales, invita a aplicar los marcos constructivistas de análisis.

Un enfoque discursivo y orientado a la práctica ofrece la posibilidad de abordar un fenómeno *online* como funcional en el sentido social. Los estudios experimentales interpretaban, por ejemplo, el uso de mayúsculas (característico de los insultos) para transmitir agresividad, como un factor destructivo, consecuencia directa de las limitaciones del medio de comunicación. El enfoque discursivo ofrece una alternativa que consiste en examinar los modos en que el conflicto adquiere una función social determinada (Franco *et al.*, 1995; Phillips, 1996). Bien se trate de la formación de relaciones jerárquicas a partir de estructuras de poder (Reid, 1999), o de la fijación de estándares de comportamiento (McLaughlin *et al.*, 1995), la organización de los mensajes en contextos de grupos de noticias puede analizarse por su funcionalidad ya que los titulares de los “asuntos”, los archivos de firmas, o los estilos de redacción, contienen el desarrollo de las identidades separadas y, por lo general, estables de los participantes (Baym, 1995b; Donath, 1999). La práctica de citar fragmentos de un mensaje a la hora de responderlo refuerza el sentido del transcurrir de una discusión en tanto proceso de interacción y no como una simple acumulación de declaraciones aisladas. Los

dispositivos lingüísticos tales como los emoticones, los chistes, los códigos locales y las abreviaturas contribuyen a la formación de una comunidad de prácticas de conocimiento, lenguaje y bienes compartidos (Kollock y Smith, 1994; Baym, 1995c; Fernback, 1997; Kollock, 1999). Igualmente, Reid (1995) sostiene que los *dominios multiusuario* (DMU) son capaces de gestar una cultura común a través del lenguaje compartido y, con el empleo de los medios textuales a disposición, generar modos de participación que lleven a los involucrados a construir una presencia significativa para otras personas en el entorno. El paso crucial para todas estas observaciones es interpretar las características de las interacciones en Internet como funcionales en el sentido social, como facilitadoras del desarrollo de una cultura distinta.

Caracterizar los grupos de noticias como comunidades de pleno derecho ha sido de gran influencia para la generación de una serie de estudios. Las investigaciones sobre estos entornos virtuales han sido promotoras de una nueva definición de “comunidad”, que se sustenta más en las prácticas compartidas que en las condiciones físicas (Jones, 1995; Watson, 1997). No obstante, hay críticas que sugieren que tales formaciones distan de constituir una comunidad en su acepción general. El argumento gira alrededor del nivel de compromiso y responsabilidad que une a quienes participan en las formaciones sociales *online*, que no pueden ser consideradas “comunidades” cuando cualquiera puede finalizar una sesión con tan solo pulsar un botón. El nivel de conexión e intimidad no es suficiente para que los participantes puedan considerarse miembros de una comunidad, por más que puedan tener esa percepción; y por esto prefieren llamarlas *pseudo-comunidades* (Beginer, 1987). Defensores y críticos de la noción de “comunidad virtual” suelen terminar debatiendo sobre la autenticidad de las formaciones sociales *online*, recayendo con frecuencia en una visión romántica y tradicional de las comunidades (Wellman y Gulia, 1999). Existe, no obstante, una dimensión más amplia para este debate. Watson (1997) señala que hablar de grupos de noticias como comunidades suena bien a los oídos de etnógrafos y de los participantes, pero que tal término cuenta con un bagaje cultural mucho más amplio. Según él, argumentar que una instancia sea o no “comunidad” es un trabajo más bien político, y dedicarnos a discutir si las formaciones sociales generadas *online* se corresponden o no con los procesos sociales convencionales, puede distraernos del estudio sobre aquello que acontece en la Red en sus propios términos.

Además del tema de las comunidades virtuales existe otra cuestión de gran relevancia alrededor de los entornos sociales *online* que tiene que ver con la identidad. El interés a este respecto proviene de observaciones que se han hecho en interacciones a través de texto, según las cuales las personas tienden a explotar el potencial que hay en representar una personalidad diferente a la de su vida *offline*. Esta tendencia parece particularmente evidente en entornos de juegos de rol como los de *dominios multiusuario* (MUD) en los que los participantes seleccionan activamente algún género para su personaje y producen una descripción generalmente beneficiosa en términos físicos, sin que haya forma de verificar si el género y la descripción corresponden a la persona *offline*. Al exaltar la fantasía, los *dominios multiusuario* ofrecen la oportunidad de experimentar interacciones sociales de formas enteramente innovadoras y diferentes (Turkle, 1995; Bromberg, 1996). Es también interesante

ver los modos de representación que se despliegan en los *chats* con el uso creativo de alias (Danet, 1998). Aunque estas prácticas suelen tener menos presencia en muchos grupos de noticias y tableros de anuncios, los juegos de identidad han destacado por sus notorios casos de engaño (Van Gelder, 1991; Stone, 1996). La importancia que se da a la identidad en la Red puede variar sustancialmente: los juegos de rol pueden ser vistos sencillamente como el aprovechamiento de las condiciones de un medio para experimentar cosas nuevas, o pueden representar una seria amenaza a la idea del Sí mismo unificado (Poster, 1995; Turkle, 1995), por más que la cuestión de si existe o existió alguna vez ese Sí mismo unificado sea aún objeto de debate (Wynn y Katz, 1997).

Hay quienes, al observar que las personas juegan con su identidad en entornos virtuales, infieren que las tecnologías por sí solas son causa de transformación en la concepción de la identidad. Y vale la pena, en este sentido, revisar el estatus de la tecnología en las discusiones actuales sobre identidad y comunidades *online*. Si, antes, la perspectiva experimental determinaba que la tecnología era un medio inherentemente empobrecedor de la comunicación, ahora parecería que hemos pasado al extremo de adjudicarle, también de modo determinista, la generación de ricas formaciones sociales o la fragmentación de la identidad. Recientemente, varios autores han hecho un loable esfuerzo por enfatizar que no todo desarrollo de comunidad virtual es inevitable; que las comunidades pueden fracasar (Kolko y Reid, 1998) o fungir como espacios de tensión y fragmentación, y no de cohesión (Mitra, 1997). Las identidades pueden ser múltiples, fragmentadas o jocosas (Turkle, 1995; Stone, 1991), pero también pueden encontrar estabilidad y sustentabilidad en el tiempo (Baym, 1995a; 1995b; 1995c; 1998). Existe cuantiosa evidencia de que las categorías convencionales que definen la identidad, como el género, la raza, la sexualidad, etc., lejos de *borrarse*, son importantes fundamentos para la organización del sentido de muchos usuarios y usuarias de Internet (Savicki *et al.*, 1996; Dietrich, 1997; Shaw, 1997; Zickmund, 1997; Danet, 1998; Poster, 1998; Burkhalter, 1999; O'Brien, 1999). Esta observación da aún más pie a la intervención del análisis crítico de los procesos y formaciones sociales *online* a través de estudios que eviten partir de la premisa de que las comunidades se conforman automáticamente, o de que las identidades sean intrínsecamente fluidas y cambiantes. Las propiedades de Internet se constituyen socialmente, de manera particular, en los distintos entornos sociales que allí se generan. Contextos individuales como las comunicaciones mediadas por ordenador, por ejemplo, pueden alcanzar altos niveles de organización social sin considerar jamás la discusión sobre la tecnología y, sin embargo, la tecnología de las CMO subyace a un amplio rango de formas de organización social: la “comunidad” no es sino metáfora de las formaciones sociales virtuales. Tomando en cuenta desarrollos más recientes, si las *narrativas* pueden proveer un marco alternativo para comprender estos fenómenos, podemos decir que la de “comunidad virtual” es, apenas, una entre muchas otras narrativas (Jones, 1998; Poster, 1995).

Como se puede ver, las perspectivas metodológicas para el estudio de los contextos virtuales han variado extensamente. La etnografía mantiene un interés especial por el estudio de “lo que la gente hace” con la tecnología y, una vez que interpretamos el ciberespacio como un lugar en

el que se actúa, podemos empezar a estudiar exactamente qué se hace, por qué y en qué términos. Sin embargo, como ocurre con cualquier metodología, trasladar la etnografía a este contexto de trabajo conlleva el esfuerzo de re-examinar diversas implicaciones operativas. En un contexto *offline* se supone que el etnógrafo se trasladará a vivir y trabajar, por un determinado período de tiempo, al campo de investigación. Se espera que observe, pregunte, entreviste a personas, que dibuje mapas o tome fotografías, que adquiera nuevas habilidades y haga lo necesario para vivir la vida desde la perspectiva de los participantes del estudio. Trasladar estas expectativas a un entorno virtual plantea algunos problemas interesantes, entre otros: ¿cómo se vive *online*? ¿Hay que permanecer conectado a la Red 24 horas diarias o, más bien, durante intervalos periódicos? ¿Pueden analizarse archivos de grupos de noticias sin participar y llamar a esto una etnografía? Las instantáneas breves (Mitra, 1996), las muestras restringidas (Phillips, 1996) y los análisis retrospectivos (Aycock y Buchignani, 1995) han llegado a conclusiones muy sugerentes acerca del fenómeno virtual. Las instantáneas breves permiten al investigador un enfoque más preciso sobre algún punto concreto de interés y su seguimiento detallado, sin verse atropellado por la ingente cantidad de contenidos que producen algunos de estos grupos. Las muestras cruzadas entre grupos de noticias (McLaughlin *et al.*, 1995; Parks y Floyd, 1996) han contribuido también al análisis de algún tópico en particular a través de más de un contexto. La organización temporal y los énfasis que se proponen sobre algún aspecto concreto contravienen el espíritu “etnográfico”, un punto de prevención que Lindlof y Shatzer (1998) establecieron ante la tentación de generalizar excesivamente los procesos de comunidad a partir de pequeñas muestras. La selectividad de estas aproximaciones va en contra del *ethos* etnográfico, basado en la implicación con los eventos, tal como ocurren en el campo y en la atención al *conjunto* de prácticas que distinguen una cultura.

Baym (1995a; 1995b; 1995c; 1998) y Correll (1995) están entre los investigadores cuyos estudios encajan en el modelo más general de la etnografía puesto de manifiesto a través de sus inmersiones *online*, donde combinan una serie de interacciones de distinta naturaleza: intercambio de correos electrónicos con los participantes, entrevistas electrónicas por videoconferencia y planteamiento de preguntas generales a grupos amplios. Aquí, el espíritu etnográfico se distinguiría por colocar el objetivo del investigador en las prácticas sustentadas en el tiempo, con sentido y percepción de comunidad para los participantes. La aproximación etnográfica, en este sentido, abre el camino para estudiar la configuración de un contexto cultural significativo para los participantes manteniendo la pretensión de ver lo que ellos ven a través de sus ojos, constituyendo un enfoque *enraizado* que busca una comprensión profunda acerca del sustrato cultural del grupo como tal. La aplicación de diferentes maneras de observar y comunicarse con los participantes ofrece una suerte de triangulación a través de la cual las observaciones pueden ser comprobadas de modo cruzado. Aquí es particularmente relevante acotar que, tanto Baym como Correll, han empleado interacciones de doble vía que permiten al etnógrafo hacer preguntas a los informantes y explorar sus ideas en desarrollo. Desde esta aproximación etnográfica, la visión holística pasaría por una comunicación interactiva, multi-canal, tomando en cuenta relaciones prolongadas en el tiempo. Esto es lo que la distingue radicalmente de otras metodologías más selectivas en el estudio de contextos

virtuales.

Este apoyo en interacciones virtuales puede, sin embargo, encontrar sus problemas en el análisis etnográfico. Tradicionalmente, la validez de las observaciones de un etnógrafo ha reposado sobre el cúmulo de descubrimientos que sustentan alguna afirmación desde la participación. Dado que la presencia del investigador es sostenida y participativa, parecería inadecuado que los informantes tuviesen la opción de mantener una identidad falsa o artificiosa. Como sostenía Freeman (1996): si Margaret Mead fue engañada por sus informantes, fue por no haber incursionado con suficiente profundidad en el campo. En el desplazamiento de las interacciones cara a cara hacia un contacto mediado electrónicamente, se abre la probabilidad de que los informantes engañen al etnógrafo; más cuando el juego de identidades se reconoce casi como una norma en ciertos contextos *online*, como los *dominios multiusuario*. Desde este contexto, tomar las declaraciones de los participantes como manifestaciones de sus vidas *offline* ciertamente resulta problemático, un problema que Turkle (1995, pág. 324) discute en el marco de su propio estudio sobre la relación entre las experiencias en entornos virtuales y la construcción de significados de la vida real. Ella termina optando por no incorporar las interacciones virtuales con personas con quienes no hubiese logrado tener contacto cara a cara (un nivel de verificación de las identidades virtuales determinante para su estudio). Si bien tal “sesgo de la vida real” resultaba necesario para sus propósitos, ella misma no tardó en reconocer que no siempre ha de serlo, pues la decisión de privilegiar determinados modos de interacción depende de cada situación: si el objetivo es estudiar un escenario virtual como contexto de pleno derecho, la cuestión de la identidad *offline* no es pertinente –un punto que revisaremos con mayor profundidad en el capítulo III.

La popularidad del enfoque etnográfico para comprender los fenómenos virtuales se debe, en parte, a la facilidad de acceso en este campo de estudio por parte de los académicos, cada vez más sujetos a sus mesas de trabajo. En estos días en que resulta tan difícil encontrar el tiempo necesario para realizar estancias prolongadas en lugares físicos para plasmar el trabajo de campo etnográfico, Internet se ha vuelto asequible desde prácticamente cualquier oficina y en cualquier momento. Gracias a esto, los grupos de noticias pueden archivarse con facilidad y las discusiones pueden recuperarse, desde el principio, mucho después de haber comenzado. Esta posibilidad de volver en el tiempo a revisar eventos del pasado plantea oportunidades muy atractivas para el estudio etnográfico. Las notas de campo, grabaciones y fotografías tienen una larga historia en tanto registros de información sobre eventos que permiten al investigador revisar, reconsiderar y afinar sus observaciones. También sirven al etnógrafo para presentar a su audiencia algunos aspectos del campo de manera relativamente directa (no mediada). Dado que los métodos para recoger datos son ineludiblemente selectivos, es común experimentar cierta ansiedad por no escribir o registrar “la situación real”, en su conjunto, durante una etnografía. El investigador, en este sentido, sabe que lo que escribe o graba en el calor de un momento determinado durante su trabajo de campo puede alcanzar una mayor significación más adelante, sobre todo cuando sea cotejado con la experiencia general de la vivencia en el lugar. Grabar discusiones enteras de grupos de noticias en un archivo, por el

contrario, podría parecer no-selectivo. Para Stone (1995, pág. 243), esta técnica es “lo más completo y avanzado que hay en registros de campo”, pues se salva la totalidad de una interacción en el tiempo, tal como transcurre, permitiendo revisar los eventos sin las limitaciones técnicas de antes. Sugiere esto que el nivel de implicación etnográfica no necesariamente pasa por ser simultánea en el tiempo: el investigador puede ver la totalidad de los datos posteriormente. No obstante, nuevamente, que el etnógrafo y los participantes no tengan que compartir un marco de tiempo común depende en buena medida de cómo esté concebido el proyecto de investigación: si el objetivo reside en reproducir la experiencia de los participantes, este argumento no sería plausible. Seguir las interacciones de un grupo de noticias bien podría dar sentido a los mensajes que van llegando sin orden alguno, como también considerar el tiempo de espera de respuestas a los mensajes propios y de otros, o tal vez experimentar los períodos de mayor o menor intensidad de las interacciones. Sin tiempo real, o con un marco colapsado de tiempo etnográfico, las experiencias de los participantes son menos accesibles. En este sentido, Reid (1995) está entre quienes sostienen que la interpretación *a posteriori* de interacciones en *dominios multiusuario* no tienen sentido etnográfico: si bien preservan las declaraciones de los participantes, dejan fuera la experiencia de participación.

Una implicación personal más activa requiere que el investigador interactúe con los participantes, más que merodear o descargar archivos en Internet. Pasar de analizar pasivamente discursos a vernos activamente implicados e implicadas en su producción es un cambio que sostiene una comprensión más profunda de la construcción del sentido. El etnógrafo que, en lugar de permanecer aislado o ausente, se hace visible y activo en el contexto del trabajo de campo, puede encontrarse con preguntas y ver emerger, probar o refinar nuevos conceptos analíticos lo cual, de paso, le permite una constante reflexión acerca de lo que *significa* ser usuario de las CMO. En el escenario de un grupo de noticias, esto implicaría leer, interpretar y responder a los mensajes cuando estos se reciben, lo cual puede ser muy distinto según la localización de los usuarios y los mecanismos de distribución de noticias de cada grupo. Quizás el etnógrafo no pueda estar al tanto de *cada uno de ellos*, ni descubrir todas las circunstancias de acceso al grupo de noticias, pero al menos podrá experimentar en carne propia lo que es *ser usuario*. Situarnos como usuarios y ampliar el rango de nuestra experiencia como autores de una exploración trae consigo algunas implicaciones reflexivas acerca del medio, y no menos dificultades interpretativas (Markham, 1998). Y examinar críticamente esta comprensión reflexiva del medio puede aportar ideas que van más allá del análisis de datos o archivos.

Involucrarse activamente en un grupo de noticias también plantea una serie de desafíos para el etnógrafo. Por un lado, está la negociación del acceso y el requisito de presentarse de manera aceptable para sus potenciales informantes (Lindlof y Shatzer, 1998; Thomsen *et al.*, 1998). Por otro, no revelar el rol de investigador o investigadora, tal como demandarían los casos de etnografía encubierta, representaría un problema ético considerable. Aquí, si el investigador asume que las interacciones *online* son suficientemente reales como para dar sustento a un contexto de estudio etnográfico, y es coherente, tiene que aceptar también que los participantes

puedan sentirse agredidos, engañados o invadidos en su privacidad, por él o por su investigación. He ahí una consecuencia ética. Por otra parte, los mensajes enviados a un grupo de noticias y los eventos en un *dominio multiusuario* también tienen un estatus que genera controversias en un sentido concreto: ¿son estos mensajes declaraciones públicas y, por ende, de libre uso del investigador, o son propiedad de sus autores y su uso sin previa autorización resulta improcedente? (King, 1996; Waskul y Douglass, 1996). En contextos reales es raro que el investigador revele la identidad de algún informante por temor a causarle algún perjuicio público. Extrapolando este principio al contexto virtual, los investigadores suelen cambiar los nombres de usuarios, así como algunos rasgos que los identifiquen, con el objeto de evitar consecuencias inesperadas. Esta traslación revela un enfoque que trata las interacciones *online* como si fuesen reales para los participantes. No aplicarlo sería considerar irrelevantes las identidades en la Red cuando lo cierto es que, en muchos entornos, estas pueden ser fundamentales.

Si bien el movimiento descrito anteriormente es importante, centrarse en los nombres de usuarios es potencialmente insuficiente. Una persona con suficiente determinación puede rastrear prácticamente cualquier fuente en buscadores de grupos de noticias tales como el Dejanews (<http://www.dejanews.com>), con una simple búsqueda por palabras. Si el compromiso ético consiste en eliminar cualquier pista que vincule el texto etnográfico y su contexto de producción, de modo que sea imposible localizar a los participantes, entonces cambiar el nombre del usuario no es suficiente. Además, abstenerse de hacer citas textuales de palabras o frases acarrearía un serio problema con respecto a las convenciones típicas de las investigaciones discursivas. Centrarse en el cambio de identificadores, por todo esto, no es la solución total sino un compromiso puntual y situado. Los entornos virtuales son heterogéneos, como lo son las disciplinas para estudiarlos, y ningún código ético por sí solo puede hacer justicia a su complejidad (Herring, 1996). La tarea del etnógrafo consiste en responder a aquello que se considera sensible en el marco de su incursión; no como una tarea adicional, sino como parte de su etnografía. Para ello, tendría que contar con cierta sensibilidad etnográfica a la hora de reconocer los problemas éticos potenciales y desarrollar las soluciones adecuadas (Reid, 1996). Es interesante destacar que este giro abre más aún la reflexión sobre la cuestión de hasta qué punto los participantes ven sus intervenciones como reales. La negociación *de consentimiento al investigador*, por ejemplo, puede ser vista como un proceso dentro de la etnografía y no como un evento aislado al inicio de esta (Allen, 1996), por más que en un entorno *online* esto pueda dificultar la interacción con participantes de identidades inestables o presencias efímeras (Lindlof y Shatzer, 1998). Las interacciones envueltas en la negociación del consentimiento que pueden afectar el marco de la investigación presuponen, por sí solas, un tema de estudio (Jones, 1994) y no existe un remedio mágico para los problemas éticos, por cuanto las respuestas de los informantes en las etnografías escritas, en última instancia, son impredecibles (Brettell, 1993; Hine, 1995).

Es posible tomar la participación activa en un grupo de noticias como base para la autenticidad de las observaciones del investigador, en el sentido de estar más cercano a la experiencia de los participantes. Sin embargo, sería éste un argumento válido sólo para los

miembros activos, que pueden ser una minoría en la totalidad del grupo. El estatus de los merodeadores, también llamados mirones o fisgones, que leen los contenidos de los grupos de noticias sin enviar mensaje alguno ha sido desde siempre problemático para los estudios etnográficos de las comunicaciones mediadas por ordenador, sustentadas en rasgos visibles de interacción y actividad basada en la lectura. Incluso cuando se llama a la totalidad del grupo de noticias, los merodeadores dan poca respuesta pues, por definición, ellos “merodean” o “fisgonean” y no responden a las interacciones, ni siquiera en el caso de que se trate de un etnógrafo. Desde un punto de vista discursivo, su silencio es difícil de incorporar al análisis. Son conocidos por estar presentes de forma comprobable a través del registro de acceso a los grupos de noticias, pero para el investigador no ofrecen ningún rastro observable. Para quienes legitiman estas comunidades, los mirones pasan a adquirir relevancia una vez que participan en el grupo (Correll, 1995) o son reconocidos como audiencia por los miembros activos (Franco *et al.*, 1995). También es posible que, simplemente, no sean tomados en cuenta como miembros de la comunidad: su falta de participación, además de su carencia de “identidad”, no tiene significado alguno para el grupo (McKinnon, 1995; 1997). En palabras de Jones (1997a, pág. 13), ellos “no son parte de lo social”. Ahora, si bien para el etnógrafo los fisgones no tienen más importancia o significación que la advertencia que generan en el resto de los participantes activos sobre su presencia (Glaser y Strauss, 1964), no se puede asumir a la ligera que ese sea el rol que ellos se adjudican.

En un grupo de noticias, dejar de lado a los merodeadores y dedicarse a los participantes activos para los propósitos del estudio etnográfico ha sido relativamente fácil. Su invisibilidad los hace irrelevantes para los investigadores que se limitan a verlos deambular por el grupo. La ausencia de fisgones en el texto etnográfico, además, mejora la percepción del grupo como una entidad coherente y cerrada. Los enfoques etnográficos se han dedicado a ver las CMO como contextos de pleno derecho, entornos delimitados como *dominios multiusuario*, *chats* y grupos de noticias. La composición de los límites del grupo ha sido caracterizada como producto simbólico de las interacciones de los participantes, a través del discurso del grupo y de dispositivos de control de acceso tales como nombres, direcciones, contraseñas, canales y jerarquías. Así, las barreras socialmente construidas y mantenidas coinciden con el tipo de dispositivos técnicos (también socialmente construidos) empleados para delimitar espacios físicos. Es posible que ello no obedezca a una visión convencional y física del espacio, sino que constituya una analogía de la intención de dar forma a un contexto social dado a través de sus límites. En general, la visibilidad es un problema mucho más serio para el etnógrafo en la *World Wide Web* de todo el trabajo interpretativo necesario para producir o interpretar una página web hay muy poca “realidad” a disposición, más allá de lo que se desprende del análisis de los textos o de los contenidos en sí. La riqueza de las interacciones sociales que caracteriza los *dominios multiusuario* y los grupos de noticias parece ausente o, cuando menos, extraviada de la observación etnográfica. Las unidades apropiadas de análisis también son menos claras. Comparado con los *DMU* y los grupos de noticias, el *World Wide Web* es mucho más difícil de estudiar como espacio social delimitado y aquellos investigadores que lo han intentado, no han concluido si es mejor dedicarse a los desarrollos de páginas individuales o a las relaciones entre sus autores y la audiencia que

convocan o a las relaciones hipertextuales entre páginas enlazadas.

Los diseñadores de las páginas web individuales tienen poco contacto social entre sí, bien sea virtual o presencialmente, a menos que establezcan vínculos o enlaces entre sus productos, pero en vista de que cada uno tiene su contexto doméstico o institucional que sustenta el tipo de sitio que desarrolla, podrían todos ellos conformar un objeto de estudio etnográfico. Las relaciones entre las páginas se establecen normalmente a través de enlaces de hipertexto que permiten al visitante pasar de una web a otra. Los enlaces de destino pueden verse en el código fuente de la página, pero el seguimiento de las conexiones que haga cualquier usuario, en la práctica, empleando esos enlaces, es menos obvio para un investigador, aun cuando las páginas web individuales pueden rastrear la ruta de procedencia de sus visitantes. Si nos restringiéramos al estudio de los enlaces como principio, y no a su uso en la práctica, la forma hipertextual de la Red se adaptaría más a una interpretación de organización social en red que a la idea de espacios sociales segmentados tales como comunidades (Jackson, 1997). En este sentido, los análisis de redes sociales tienden a examinar las cualidades y los patrones de interconexión más que los contenidos enlazados y, por lo tanto, sólo pueden mostrar parcialmente la estructura de la WWW. Las páginas web fueron, en un principio, representaciones relativamente estáticas, donde el mismo texto e imágenes se presentaban a cualquiera que visitara el sitio, hasta que el propietario decidiese actualizarlo. Más adelante llegaron las herramientas más interactivas, entre las que se incluían actualizaciones dinámicas, foros en los *chat*, registros de visitantes, entornos virtuales interactivos y experimentos en páginas web como espacios sociales (McLaughlin *et al.*, 1995), a través de las cuales el problema de la visibilidad se resuelve temporalmente y el etnógrafo puede contemplar un contexto social delimitado. No es nada obvio, por todo esto, que la perspectiva etnográfica pueda ser tan aplicable al universo del WWW en su conjunto como al entorno concreto de una web en particular.

El marco de trabajo más sólido hasta la hora, en este tipo de estudios, se ha concentrado en páginas web personales, creadas por individuos, en tanto representación personal o construcción del sí mismo (Turkle, 1995). Estas páginas web son espacios administrados para representar a sus autores y los enlaces que les resultan relevantes (H. Miller, 1995). Esta perspectiva, no obstante, deja de lado una serie de rasgos definitorios de estas creaciones en Internet: la concepción de la audiencia, de las capacidades tecnológicas, la localización social e institucional de quien diseña, y las relaciones entre páginas web. Si bien la visión de una web en tanto modo de representación de su autor se centra en los detalles de la página en sí, una perspectiva más amplia debería ser capaz de incorporar el reconocimiento del contexto de producción de la página y el contexto de las webs entre las cuales se integra. Esta perspectiva requeriría, en todos los casos, interactuar con diseñadores de las páginas web e involucrarse, en tiempo real, en la generación del paisaje de las webs. Sólo contemplando los rasgos que rodean y alimentan la creación de una página web tendremos una visión certera de su producción como un acto de significado social, pues incorporaríamos el análisis de la emergencia de relaciones sociales en la Red y en el tiempo. En los capítulos IV, V y VI, consideraremos cómo incorporar una visión de las páginas web como acto social que aglutina

las webs en un plazo de tiempo dado en el diseño de un estudio etnográfico de la CMO. Ello requiere de una re-conceptualización de la relación entre etnografía y espacio social delimitado, como veremos en el capítulo III.

En esta sección hemos tratado de demostrar cómo los estudios de corte naturalista en general, y la etnografía en particular, han cuestionado la visión limitada de la CMO que proponían los estudios experimentales. En virtud de la riqueza y complejidad de las interacciones sociales que tienen lugar en las CMO, los investigadores han elaborado marcos de trabajo que se han localizado en la construcción de la realidad a través del discurso y de la práctica. El estilo etnográfico que requiere de una implicación personal en tiempo real en el contexto de investigación y múltiples formas de interacción con los informantes ha demostrado ser clave para destacar los procesos a través de los cuales las interacciones *online* adquieren sentido para los participantes. Sin embargo, al sostener que existe un nuevo lugar para el trabajo de campo etnográfico, y concentrarse en la construcción de tal espacio social delimitado, quienes abogan por la cultura virtual han exagerado la separación entre lo *offline* y lo *online*. La dedicación exclusiva a estudiar la conformación de comunidades y los juegos de identidad, ha exacerbado cierta tendencia a ver los espacios de Internet como culturas contenidas en sí mismas, como si se tratara de observaciones de rasgos típicos de las organizaciones sociales. Mientras tanto, las interconexiones entre distintos espacios sociales, tanto *online* como *offline* siguen sin ser exploradas; tarea tremendamente difícil desde el interior de un entorno virtual donde el estudio de fenómenos *online* aislados excluye los procesos sociales presenciales que contribuyen, en buena medida, a la comprensión del uso de Internet como algo significativo. Algunas pistas para comenzar a desarrollar esta perspectiva pueden ser extraídas de los estudios de la comunicación mediada por ordenador en organizaciones, que sugieren que la percepción, la posibilidad de éxito y los usos a que son sometidas estas formas comunicativas, dependen mucho más del contexto en que se aplican que de sus rasgos y utilidades, supuestamente inherentes, como medio (Mantovani, 1994). Para observar más en detalle este camino examinaremos los argumentos esgrimidos para sostener que Internet es un artefacto cultural.

### **Internet como artefacto cultural**

En un sentido estricto, podría decirse que Internet no es más que una serie de ordenadores capaces de comunicarse a través de su propio lenguaje, el protocolo TCP/IP. Más ampliamente, el término “Internet” se emplea para referirse a un conjunto de programas que habilitan determinados tipos de comunicación e intercambio de información. Estas aplicaciones, disponibles en todo momento, han influido enormemente en la forma que ha venido adquiriendo Internet, desde aquellas funciones electrónicas iniciales de envío de correos, adecuadas para una comunicación asincrónica entre dos personas, hasta las herramientas más nuevas como los tableros de anuncios, Usenet, dominios multiusuario (MUD), dominios multiusuario orientados a objetos (MOOs), videoconferencias y otros, con las cuales el World Wide Web ha acercado sus capacidades hacia la comunicación sincrónica, y la posibilidad de interacción con una o varias personas a la vez. También, hoy contamos con

una gran variedad de formas de acceder a lo que, en principio, es una sola red de ordenadores que va cambiando con cada nueva aplicación. Particularmente el mundo web con su estructura amigable de enlaces entre hipervínculos, ha jugado un papel importante en la atracción de usuarios poco dispuestos a incorporar nuevas habilidades técnicas. A diferencia de muchas tecnologías de vida material, es difícil saber dónde comienza Internet y dónde termina. De hecho, no está tan claro lo que queremos decir concretamente cuando hablamos de “Internet”: si nos referimos a los ordenadores, al protocolo, a los programas de aplicación, a sus contenidos, al nombre de dominios o a las direcciones de correo electrónico. Su producción y su consumo están dispersos entre múltiples lugares, instituciones e individuos. Bien puede decirse que, a fin de cuentas, Internet es un objeto construido discursivamente, como si fuera un único artefacto, un objeto más. Explorar algunos de los discursos que le dan forma es el propósito de esta sección donde revisaremos, además, algunas perspectivas de utilidad analítica para entender la naturaleza construida de las tecnologías.

Una encuesta de la agencia nacional de opinión (*National Opinion Pool*, o NOP, 1999) revelaba que un 14% de los ciudadanos del Reino Unido contaba con acceso a Internet desde el hogar. Si de ahí asumimos que el número de usuarios que utiliza Internet regularmente puede ser mucho menor, podemos decir tranquilamente que Internet es una tecnología para minorías. Por más que crezca el número de habitantes *online*, Internet está lejos del riesgo de sobrepoblación. Pero si nos alejamos de las encuestas de usuarios y nos adentramos en un terreno más informal, encontraremos un panorama algo diferente: Internet está en todas partes (en “todas partes”, claro, dentro de los límites dados por aquellos lugares donde hayan medios de comunicación disponibles). Con regularidad vemos reseñas sobre sitios web en revistas o periódicos, a parte del nicho de mercado de las publicaciones dedicadas a la Red. En el Reino Unido, muchos diarios, y ocasionalmente los tabloides, imprimen suplementos semanales dedicados a Internet, informática y sus nuevas tendencias. Los motivos que fomentan el mundo *online* pueden tener que ver con intereses comerciales, propiedades compartidas o con el atractivo que sienten casi todos los periodistas por lo nuevo y por la moda. No obstante, la permeabilidad con la que los medios informativos han absorbido estas tecnologías ha elevado la preocupación y el interés por Internet a muchos más que aquella elite técnica. Se comenta extensamente sobre Internet en televisión, bien a través de programas diarios o de series dedicadas especialmente a la informática, para promocionarla como suplemento de la experiencia visual, espacio de acceso a mayor cantidad de información, lugar para opinar (por ejemplo, en Newhagen *et al.*, 1995) y, ocasionalmente, para interactuar con las grandes estrellas o expertos en programas de entrevistas. Internet trasciende los espacios mediáticos dedicados a hombres, mujeres o jóvenes, pero no es porque aparezca en los medios de comunicación social como una tecnología corriente, sino por su presencia “real” en un inmenso espectro de escenarios.

Tan solo advertir esa pequeña dirección de página web en la caja de cereales abre la posibilidad de dar significado a Internet en relación con un objeto de lo más convencional y en un sentido mucho más amplio que el que podrían adjudicarle las elites técnicas. Deben haber sido pocos los países desarrollados que, a finales del siglo pasado, no estuviesen al tanto de

Internet por más que no supiesen con claridad lo que era o la utilidad que podría tener. Pocos años más tarde, dar una dirección de correo electrónico o de página web (URL) se ha convertido en algo completamente rutinario. Si bien no todas las personas tienen acceso a Internet, y sólo algunas acuden a la típica invitación de “visite nuestra página web” en algún anuncio publicitario, programa de televisión (o caja de cereales), hay que asumir que Internet funciona porque la gente sabe, de un modo u otro, cómo darle uso. La evidencia está en que, por más obvio que parezca, es tremendamente curioso que las direcciones URL y los correos electrónicos no vengan con instrucciones de uso, o que ya nadie diga “esto es la dirección de un sitio web” cuando indica un URL. Más allá de los medios especializados en el tema vemos, cada vez con mayor normalidad, anuncios de proveedores de servicios de Internet que no explican –al menos no con la debida paciencia– qué es, para qué puede servir o qué se puede hacer con ella, sino que saltan directamente a los elementos que diferencian sus servicios de la competencia: rapidez de las conexiones, costo, facilidad de instalación y uso de programas, calidad del soporte técnico, etc. Se asume, y con toda facilidad, que Internet está al alcance de la mano en tanto objeto cultural, cuando menos, para un público significativo.

Ello no quiere decir que quienes tienen acceso a Internet sepan automática-mente qué hacer una vez allí. A manera de anécdota, en una ocasión el técnico de la calefacción central de mi casa me comentó que su esposa tenía Internet en casa, pero no sabía qué hacer con eso. Su primo, que fue el que hizo la instalación del sistema, tampoco ofrecía respuestas, pues simplemente trabajaba con ordenadores y un amigo le había hablado mucho sobre el tema. Le sugerí la posibilidad de utilizar Internet desde casa para evitarse el desplazamiento hasta la oficina central, gestionando por correo electrónico, o el fax vía módem, todo lo relativo a solicitudes de instalaciones o reparaciones técnicas. Esta breve historia sirve para señalar la cantidad de rasgos que tienen en común muchas de las nuevas tecnologías (Silverstone y Hirsch, 1994), cuyas capacidades no vienen dadas intrínsecamente para quienes las adquieren sino que, más bien, son desarrolladas en un proceso de negociaciones e interpretaciones en el contexto específico al que son traídas y en el que son empleadas. La comprensión del uso de Internet se origina en un entramado de redes sociales que puede incluir a primos, con amigos que sepan qué hacer con ella, pasando por representaciones mediáticas que nos convencen de lo deseables que son las comodidades que traería, hasta llegar al encuentro con sus usos prácticos, adecuados o transformados según la situación local. Vehviläinen (1998), Wakeford (1997) y Morse (1997) han mostrado cómo las mujeres, en particular, han sido capaces de apropiarse de determinadas tecnologías de maneras más que significativas para sus vidas. Con ello queremos decir que la significación de una tecnología no existe previamente a los usos que le son atribuidos, sino que surge en el momento de ser aplicada. Al mismo tiempo, dar sentido al uso de Internet implica representarla ante otros de forma válida y reconocible, y es en este punto donde la dimensión “abstracta” de la Red se hace patente y adquiere sentido concreto y contextual. Decir que Internet es un objeto o un artefacto cultural como cualquier otro, no implica que sea el mismo objeto para todas las personas. Parafraseando a Ang (1996, pág. 80), Internet está en todas partes, pero no del mismo modo.

Incluso mientras nos sea más cómodo hablar de Internet como un objeto, su significación variará de acuerdo a cada quien. La tecnología tiene significados culturales diferentes según los contextos en que es empleada, una afirmación que se sustentaría mucho mejor en una investigación empírica que con este humilde relato doméstico. Cuando yo dicto cursos sobre las dinámicas sociales de Internet, suelo pedir a los estudiantes que traigan recortes de periódicos, bien de anuncios publicitarios, bien de artículos que se refieran al tema. Utilizamos esa información para comentar las imágenes que se emplean para representar Internet y sus usuarios. Las clases, por lo general, se constituyen de estudiantes de antecedentes y países de origen diversos, y las historias que empleó un grupo en 1998 ilustraban Internet como un lugar peligroso en el que la pornografía circulaba libremente, los pedófilos armaban redes y los neonazis encontrarían un espacio seguro para organizarse. Un estudiante de Brasil vio en estos relatos algo particularmente intrigante, y comentó que "... nosotros no tenemos esta visión". Con esto quiero indicar que, al pensar en Internet, no necesariamente tenemos que esperar ideas compartidas por todos. Se podría decir, por ejemplo, que las ideas acerca de Internet adquieren su forma socialmente, que surgen en los contextos en que se utiliza, donde hay diferentes posturas ante la tecnología, todas ellas significativas y aceptables:

Es fundamental tratar las telecomunicaciones y las Comunicaciones mediadas por Ordenador como entramados de fenómenos *locales* y como redes globales. Bien sea entre rutinas locales cotidianas y concretas, o en las agendas diarias de "espectáculos de danza", Internet adquiere su forma entre sus usuarios. (Shields, 1996, pág. 3)

Internet podría ser vista, por ende, como un producto del contexto social. Tal como ocurriría en cualquier organización frente a una alternativa comunicacional, las percepciones del medio, su uso, o lo que simboliza, determinan su utilización final (Trevino *et al.*, 1987).

En otras palabras, tanto el acceso a la Web como sus aplicaciones, adquieren su forma de acuerdo con las expectativas acerca de lo que ésta es y de aquello para lo que se puede utilizar. Stefik (1997) sostiene que nuestras metáforas para pensar en Internet fueron determinantes para su desarrollo, y lo seguirán siendo para su futuro. Más aún, para Lakoff y Jonson (1980), las metáforas pueden jugar un papel importante en sugerir o prevenir determinadas orientaciones. Stefik ha estudiado, en particular, cómo las decisiones que toman quienes dirimen las políticas públicas, así como los productores de tecnología, se ciñen al uso de ciertas metáforas. Por ejemplo, alrededor de la extendida metáfora de la "superautopista de la información", Stefik ha logrado identificar las librerías digitales, el correo electrónico, los mercados y los mundos virtuales como representaciones de lo que es Internet y de cómo ha sido configurado, respectivamente, en tanto almacén de conocimientos, medio de comunicación, foro comercial o espacio para nuevas experiencias. El autor sostiene que, para caracterizar más certeramente las dimensiones activa y participativa que conforman Internet, es necesario analizar más en detalle estas concepciones; particularmente si requiere maximizar los beneficios y los usos imaginativos de la tecnología. También se ha sostenido que las metáforas empleadas para dar significado a la Red, especialmente aquellas que se refieren a la "frontera electrónica", se articulan en torno a géneros y, así, tienen sus correspondientes implicaciones sobre cuáles son los roles *online* aceptables y sus usos (Miller, 1995).

Interpretada como un objeto de uso convencional, Internet se distancia visiblemente de sus orígenes. Según el mito comúnmente aceptado acerca de los orígenes de la Red, ésta nació como un dispositivo de uso militar. Dentro de la Agencia de Investigación Avanzada (Advanced Research projects Agency: ARPA) del Departamento de Defensa de los Estados Unidos, se generó la necesidad urgente de concebir alguna forma de compartir las capacidades de los ordenadores desde sitios remotos. La intención pudo haber sido cooperativa, pero el modo en que fue llevado a cabo el proyecto ciertamente obedeció a principios militares de resistencia a cualquier daño ocasionado por incursiones enemigas, y su arquitectura resultante fue un diseño a prueba de ataques, con datos de ruta entre máquinas remotas capaces de reensamblar partes disociadas en la red. Este sistema “a prueba de bombas” dependía de un protocolo para empaquetado y envío de mensajes, independiente de la arquitectura de cualquier otra máquina pero, a la vez, capaz de permitir la comunicación entre diferentes ordenadores. La relación íntima entre las actividades militares y de investigación en universidades permitió la expansión gradual de ARPANET, más allá de la red original. Los relatos sobre tal expansión dibujan Internet como una tecnología de gran atractivo natural que crecía, sencillamente, porque era demasiado buena como para no desarrollarse. Tal crecimiento trajo consigo un cambio de énfasis: la comunicación, un aspecto menor dentro del plan original, pasó a adquirir el rol central, desplazando el uso de redes para compartir accesos o procesar energías:

El romance de Internet no viene de la historia de sus orígenes o de su concepción, sino del uso que se le fue dando. En 1980, la Red era mucho más que una serie de ordenadores conectados en línea. Era un espacio para compartir el trabajo, encontrar amistades o un método más abierto de comunicación. (Hafner y Lyon, 1998, pág. 218)

Contada por sus autores, esta breve historia de Internet puede ser sin duda una versión parcializada de los eventos que Hafner y Lyon (1998) han puesto en entredicho. Estos autores, más que aceptar esta traducción lineal de un *ethos* particular a su correspondiente diseño, han descrito su desarrollo como una serie compleja de interacciones entre los científicos informáticos, políticos y auspiciantes de proyectos de investigación que, conjuntamente, constituyeron una red que pudo terminar en algo totalmente diferente o, incluso, fracasar en cualquiera de sus etapas. Estos autores han objetado específicamente la primera versión de una red “a prueba de bombas” como una de las razones principales para su desarrollo posterior, hasta llegar a Internet. Para Abbate (1998), el desarrollo de ARPANET fue adquiriendo forma de acuerdo a un contexto particular de políticas del cual las preocupaciones militares en torno a la Guerra Fría eran, apenas, un componente. Es posible que las intenciones y las experiencias de los primeros creadores de redes fueran distintas de lo que nos cuentan los mitos, aunque no queramos hacer juicios más allá de llamarlos “mitos” en vez de “historia”. Mi interés, en todo caso, está en revelar lo que cuentan quienes usan Internet acerca del tipo de tecnología que es, y de la clase de personas que ellos o ellas son.

La historia de los orígenes y el desarrollo de Internet contiene algunos temas clave, entre ellos, la apropiación de la tecnología militar con propósitos humanitarios y libertarios, la afirmación del deseo natural de comunicarse en los humanos, y la transformación de un arma de destrucción en un bien para las personas. Existen historias similares acerca del desarrollo

del Minitel en Francia como fuente de información, y sobre la apropiación de sus usuarios como forma de comunicación (Lemos, 1996). El hecho es que la red se expandió de los establecimientos militares hacia universidades, y de ahí al resto del mundo, permitiendo a la tecnología adquirir nuevas formas o, quizás, revelar su verdadera naturaleza. El siguiente tema, entre otros, influyó en gran parte del uso inicial de Internet: su naturaleza proclamadamente anárquica, la actitud contra-cultural de los *hackers* y *ciberpunks*, y el énfasis en la responsabilidad compartida de una inicial etiqueta electrónica (*netiquette*). Las teorías tempranas sobre Internet hacían hincapié en el juego de identidades, el desarrollo de comunidades virtuales y el descubrimiento de nuevas formas de comunicarse y de compartir, hasta que ocurrió un cambio radical en la identidad de la Red. Se trata del momento en se abrió el acceso a usuarios fuera de las universidades, en condiciones de pago. Los proveedores de servicios de Internet (Internet Service Provider: ISP) comenzaron a ensamblar y vender paquetes de Internet al público en general, y la entrada de nuevos invitados que pagaban por sus servicios comenzó a causar rechazo en quienes habían participado en la conformación de esta cultura. Los recién llegados, que no conocían las normas y los valores trazados desde el inicio, eran vistos como personajes “ásperos” o amenazantes para la cultura (Herz, 1995).

Desde sus orígenes, reservados y restringidos, Internet ha llegado a ser un producto de consumo para todos, aunque, en la práctica no esté al alcance de todas las personas. En tanto que un bien, requiere ser vendido a sus usuarios, dotando de beneficios cuantiosos a la empresa que se encargue de crear y mantener esa demanda. Los Proveedores de Servicios de Internet (ISP) se alimentaron y contribuyeron en buena medida con el desarrollo de esta cultura, dejando para la historia una relación “compleja”, por llamarla de algún modo, con los valores originalmente propuestos para la red. Quizás muchas personas, hoy en día, no tengan idea de lo que simbolizaba Internet para sus entusiastas al principio, puesto que han llegado a ella por diversos caminos, teniendo ya más comprensión de lo que significa para ellos. Cualquier persona que hoy navegue por Internet, ha escuchado infinitos comentarios acerca de lo que es, y qué esperar de tal tecnología, cuando ellos mismos o sus compañeros y compañeras de trabajo incluso antes de haber iniciado conversaciones o relaciones *online*. La utilizan para trabajar, entretenerse, informarse o comprar; para explorar nuevas relaciones o para mantener amistades que ya tienen. Evalúan lo que ven en el universo virtual, en relación con lo que ya conocen como emocionante o apropiado, empleando códigos de interpretación aprendidos en el ciberespacio, o trasladados desde sus entornos presenciales.

Internet, por todo esto, puede ser vista como una construcción enteramente social, formada tanto en su historia como en su desarrollo, a través de su uso. Las perspectivas de comprensión de Internet y sus usos son resultado de un moldeado que es 1) histórico, por cuanto fue un desarrollo de ideas militares en torno a la Guerra Fría, o como un triunfo de valores humanistas sobre tales ideales; 2) culturales, en tanto se diseminó a través de medios de comunicación social, en diferentes contextos nacionales; 3) situacional, pues se nutrió de entornos institucionales y domésticos dentro de los cuales la tecnología adquirió un significado simbólico; y 4) metafórico, a través de conceptos accesibles para concebir la

tecnología. Es de este moldeado social que ha resultado el objeto que conocemos como Internet, aunque para cada quien pueda adquirir, según lugar y momento, formas sutil o radicalmente diferentes. Esta manera de abordar nuestro objeto de estudio debe sus orígenes al campo de estudios de la ciencia y las tecnologías y, en particular, a la perspectiva de construcción social de la tecnología (social construction of technology: SCOT) (Pinch y Bijker, 1987). Una serie de aproximaciones teóricas (incluyendo a MacKenzie y Wajcman, 1985; Bijker *et al.*, 1987; Bijker y Law, 1992; Bijker, 1995) ha establecido que, en vez de ser interpretadas como resultado de una lógica técnica independiente, las tecnologías con las que hemos terminado conviviendo pudieron haber sido siempre diferentes.

Cuando hablamos de su conformación social queremos decir que la tecnología es el resultado de procesos de negociación entre distintos grupos de interés que observan en ella diferentes ventajas y desventajas. El resultado de estos procesos implica un juego de fuerzas entre varias de definiciones de tecnología y una versión final que refleja de algún modo las aportaciones de los grupos sociales relevantes. Un ejemplo iconográfico de este rasgo sería la bicicleta (Pinch y Bijker, 1987; Bijker, 1995) que hoy en día nos parece de un diseño tan perfectamente funcional pero que, en su momento, pasó por un largo proceso de negociación de sus usos y problemas entre grupos sociales relevantes para su conformación. Es tal la flexibilidad interpretativa de la tecnología, que no sólo algunos grupos relevantes alcanzan a verla de diversas formas, podría decirse que, en efecto, cada persona la acoge de una forma particular. Sólo en retrospectiva, un diseño como el de la bicicleta parece nada menos que perfecto, pero la flexibilidad interpretativa que la subyace implica, en el fondo, que las percepciones de un artefacto varían según cada uno de los grupos involucrados en su desarrollo. En este sentido, es Bijker (1997) quien, finalmente, reconoce que la “*flexibilidad artefactual*” puede haber capturado más explícitamente la radicalidad de las implicaciones que tienen las distintas comprensiones acerca de lo que es la tecnología.

Abordar Internet como un producto social nos llevaría a analizar más detalladamente aquellas representaciones que, a lo largo de su historia, hayan entrado en conflicto, así como los grupos que de allí hayan surgido. Posiblemente, este enfoque (si el modelo es aplicable a nivel general) revele los procesos que nos llevaron a ver Internet en retrospectiva y creer, o bien que es producto de intereses bélicos, o que es el triunfo del deseo humano de comunicarse, tal y como los proyectos individuales que apuntan a generar redes en forma de comunidades virtuales también pueden ser analizados desde la visión de los factores involucrados (Schmitz, 1997). El desarrollo de Internet sería visto como el resultado de una serie de *contingencias* ocurridas en procesos sociales, más que como consecuencia necesaria de una lógica técnica o del deseo humano. Y aunque el presente trabajo se centra en el estado actual de Internet, y no en su historia, estudiar las formas que ha adquirido a lo largo del tiempo ayudaría a entender sus rasgos y condiciones y, sobre todo, a explicar cómo es que se ha asentado como resultado lineal del progreso hacia determinadas metas, o como la encarnación de los intereses de algún grupo en particular. Cualesquiera que sean los usos actuales de Internet, lo importante es recordar que reposan siempre en una serie de negociaciones previas acerca de los problemas y sus posibles soluciones. Al observar así nuestro problema de estudio, la separación entre lo

social y lo técnico ya no es necesaria. En palabras de Bijker:

Un proverbio fundamental para esta investigación es aquel que nos invita a no tomar el significado de algún aparato técnico o sistema tecnológico como inherente a la misma tecnología. Por el contrario, uno tiene que estudiar cómo las tecnologías toman forma y adquieren sentido dentro de la heterogeneidad de las interacciones sociales. El mismo principio podría encontrarse, en otras palabras, en la metáfora de la red infinita que constituyen ciencia, tecnología y sociedad, para exhortar al investigador a no aceptar acríticamente las distinciones entre, por ejemplo, lo técnico y lo social tal y como se presentan en una situación determinada. (1995, pág. 6)

Esta perspectiva de análisis de Internet hace que aquellos rasgos aparentemente técnicos o aquellas características tomadas como inherentes se transformen en elementos de investigación etnográfica, pues lo técnico y lo social han pasado a ser constructos prefigurados en entornos caracterizables y no distinciones explicativas *a priori* (Rachel y Woolgar, 1995). Es de este modo que, como han afirmado Grint y Woolgar (1992), Internet puede ser considerada como un hecho plenamente social.

Estos autores no sólo ven el desarrollo de las tecnologías como un proceso contingente, sino que sostienen que ello tiene utilidad para una consecuente delimitación del concepto de tecnología (Grint y Woolgar, 1997). Para ellos, las capacidades de las tecnologías no están nunca dadas *per se*, y aprehender sus usos pasa siempre por un trabajo de interpretación. Mientras que Pinch y Bijker (1987) se concentran en la flexibilidad interpretativa de la tecnología recurriendo al pasado, Grint y Woolgar hacen un esfuerzo por aplicarla al presente. Para ello, emplean la metáfora de la tecnología como texto: por un lado, el proceso de diseño pasa por manos de programadores que se basan en sus propias nociones acerca de aquello que los usuarios y usuarias tendrían que hacer delante de la máquina; por otro lado, el consumo de la tecnología pasa por una serie de procesos de negociación e interpretación. Las personas “leen” el texto de la tecnología, sujetas a las relaciones configuradas con los productores de esta, y también con la misma tecnología. Su lectura errática es ciertamente posible siempre que un usuario esté “mal configurado”. La metáfora de la tecnología como texto desplaza nuestra atención hacia procesos de producción y consumo, interpretando la relación entre los productores y consumidores como mediada, mas no determinada, por el texto tecnológico. En vez de poseer cualidades inherentes, el texto de la tecnología “hace posibles” ciertas lecturas que son interpretadas/usadas según el contexto, lo cual no significa que sean los contextos los que tienen cualidades inherentes pues las características relevantes de cada contexto también se producen en los momentos de interacción con la tecnología. Para Grint y Woolgar, la noción de “efectos de la tecnología” es, también, una construcción enteramente social: los efectos se reconocen en tanto son resultado de procesos sociales contingentes que envuelven una serie de variables dentro de las cuales sobresalen las cuestiones de por quién, para quién y en qué contexto se representan tales efectos. La respuesta a la cuestión de por qué una representación de efecto tecnológico llega a ser más convincente que las demás, de hecho, tendría que basarse en un proceso social en vez de concluir que se trata del resultado exitoso de alguna representación particular de las cualidades de la tecnología.

La metáfora de la tecnología como texto centra su atención en la contingencia de las prácticas a través de las cuales Internet adquiere sentido, tanto en términos de su producción como de su

uso. Para Grint y Woolgar, obviamente, el punto de partida del análisis es un artefacto material y delimitado: el ordenador. Con el objetivo de deconstruir la idea de que los artefactos tienen cualidades y efectos inherentes, centraron su atención en las relaciones sociales generadas alrededor de un ordenador. También siguieron, temporalmente, el proceso de creación de un nuevo ordenador, desde su concepción hasta su lanzamiento al mercado. Al aplicar la metáfora de la tecnología como texto a Internet nos topamos nuevamente con algunos problemas: ¿cómo seleccionar la unidad de análisis o el conjunto de relaciones sociales que se estudiarán? Mientras que en la historia contada por Grint y Woolgar, la empresa constructora de *hardware* actúa como una localización o punto de paso necesario para que la tecnología llegue finalmente al consumidor: el ordenador. En el caso de Internet, no obstante, es mucho más difícil identificar una vía concreta a través de la cual llegue la tecnología a sus usuarios.

Muchos grupos de personas, incluyendo fabricantes de *hardware*, proveedores de servicios de Internet, programadores y diseñadores de páginas web, o participantes en grupos de noticias, podrían ser catalogados como *productores* de Internet. Cualquier usuario, por su parte, podría encajar en alguna categoría de trabajo de proveedores de servicios de Internet, agencias de publicidad, o de promotores de los nuevos ordenadores personales *Internet fácil*. Es posible diseñar estudios etnográficos para rastrear los caminos que tomaron las distintas concepciones del “usuario de Internet” para afirmarse en determinados puntos de acceso, anuncios o piezas de *hardware*. Podríamos investigar quiénes son considerados relevantes como comunidades productoras por los usuarios individuales, estableciendo el punto de inicio de un estudio de las prácticas de esos usuarios. Pero resulta que los usuarios de Internet, con frecuencia, también son “productores” de contenidos, en forma de páginas web, correos electrónicos o mensajes a grupos de noticias. Los conceptos de productor y usuario no son sólo modos rutinarios de organización de relaciones sociales a través de Internet. La red se construye con la compra de un ordenador o el registro en un nuevo ISP, pero también le dan forma, a otro nivel, acciones como conectarse, navegar o encontrar un grupo de noticias. Si para Grint y Woolgar (1997) fue relativamente fácil encontrar en una empresa de construcción de ordenadores el lugar ideal para hacer su etnografía, reconocer sitios para hacer una etnografía dentro del universo de Internet no es nada sencillo.

La metáfora de la tecnología como texto no sería directamente aplicable a Internet en su conjunto, como sería el caso del análisis de artefactos tecnológicamente delimitados. Sin embargo, nos puede servir para ver con atención el potencial que tendría una aproximación enteramente constructivista, que aceptara únicamente el núcleo social de las tecnologías. Tal vez el primer paso para comenzar a descomponer Internet consiste en dejar de lado la pretensión de estudiarla en su totalidad. Una alternativa a la identificación de grupos relevantes *a priori* sería comenzar con un *uso* determinado de la Red, y emplearlo como herramienta de exploración de creación de sitios de producción y consumo, sin especificarlos previamente. Desde este modelo, el etnógrafo no tiene que entrar en un solo sitio web o entorno y quedarse ahí, sino que se convierte en el método de viajar de un sitio web a otro. El capítulo III describe una aproximación a la etnografía de Internet, que contempla la ambivalencia que existe en estudiar los sitios apropiados de Internet según su producción o su

consumo.

Las investigaciones en sociología y tecnología han mostrado que las propiedades que damos por inherentes a la tecnología pueden ser más útiles si se interpretaran como resultado de una serie de procesos sociales contingentes. En la sociología de los medios de comunicación, las categorías de análisis son algo distintas principalmente porque los usuarios se convierten en audiencia, pero las preocupaciones son básicamente las mismas. La cuestión por dirimir, más esquemáticamente, es si los textos mediáticos poseen cualidades inherentes tales como mensajes ideológicos, que se transportan y terminan absorbidos por un público receptor inadvertidamente, o si este público participa en la construcción del significado de esos textos porque, en realidad, no está predeterminado en los contenidos. Últimamente ha venido surgiendo una interesante aproximación a este respecto, que indica que la producción de un texto mediático traza una relación con la audiencia y que el público puede seguir, reinterpretar, o rechazar tal relación. El resultado, alineado con la perspectiva constructivista de la tecnología, nos invita a centrar nuestra atención en los procesos sociales a través de los cuales los textos mediáticos se producen y consumen:

Los estudiosos de la televisión y la cultura popular han comprendido, cada vez más, que el sentido de un texto, incluso su ideología progresista o reaccionaria, no pueden ser evaluados con un análisis de contenido sino a través del conocimiento de audiencias situadas y de los lectores: he ahí el reciente giro que ha tomado la etnografía en los estudios culturales. (Goodwin y Wolf, 1997, pág. 142)

Los estudios etnográficos sobre contextos de producción y consumo se han volcado sobre procesos activos de creación de sentido que rodean los textos mediáticos, cuestionando la linealidad en la comunicación de ideas de un emisor a un receptor. En su teoría de los medios de comunicación, Thompson (1995) destaca que, para comprender los medios, es necesario observar tanto sus contenidos como los modos en que estos se producen y utilizan. La perspectiva de este autor acerca del contexto social atiende más a las circunstancias en que los mensajes mediáticos se producen y consumen, y menos a los procesos a través de los cuales la tecnología adquiere su propia forma. Paralelamente a las aproximaciones de construcción social explicadas anteriormente, ha habido estudios de los medios de comunicación como tecnologías. Es el caso de Williams (1990), quien plantea que la televisión puede ser comprendida como tecnología y como forma cultural e indica que ésta surgió de una serie de preocupaciones particulares y que sus usos se han desarrollado en respuesta a preocupaciones sociales de modos que hoy nos parecen obvios y naturales, aunque estén lejos de serlo. Entender la televisión de ambos modos, como tecnología y como objeto cultural, permitió a Williams adentrarse en la interrelación entre las instituciones que rodean y producen la televisión y los detalles de contenido donde se incluyen, entre otras cosas, las formas de los programas, la fluidez de la programación, los modos a través de los cuales el contenido de la televisión se organiza en secuencias, o el detalle de las orientaciones que contienen los programas. El alcance de esta incursión no deja ningún aspecto de la televisión en pie como inocente, neutral u obvio.

Williams deja ver claramente la insuficiencia que existe en explicaciones que colocan a los medios como causantes de efectos sociales. La utilización de la televisión y la radio en un

principio estuvo lejos de ser obvia, y fue desarrollada activamente por productores que entendían el potencial de estos medios y las características de las posibles audiencias (Scannell, 1996). Para los productores, la audiencia es una categoría a la cual orientarse a través varios tipos de conocimiento, entre los cuales figuran datos de medición de audiencia, estudios demoscópicos, grupos focales, caracterización de estereotipos idealizados, o el uso de la experiencia y las preferencias personales. La audiencia es una categoría imaginada hacia la cual los productores se orientan para dar sentido a sus trabajos (por ejemplo, Pekurny, 1982; Espinosa, 1982; Gill, 1993). La audiencia también actúa como “la flecha del dinero” (Ettema y Whitney, 1994) que da sentido económico a la producción mediática. La construcción de la audiencia dentro de la producción, como se puede ver, es una práctica compleja y siempre situada.

La categoría de “audiencia”, por todo esto, no tiene nada que podamos dar por obvio o inherente. Si los productores, que dependen de ella, tienen a veces problemas para comprenderla, las dificultades que enfrenta el etnógrafo son aún más agudas (Hartley, 1987; Radway, 1988; Turner, 1996). La producción es un propósito relativamente limitado y los productores, por lo general, están asignados a lugares concretos en sus distintas instituciones, con lo cual son bastante fáciles de encontrar para un investigador (aunque no se pueda decir lo mismo a la hora de acceder a una cita: Espinosa, 1982). Las audiencias, en cambio, están dispersas y fragmentadas tanto en el espacio como en el tiempo (no se agrupan en un espacio institucional ni actúan como audiencia en momentos determinados), y sería sumamente importante comprender cómo interpretan a los medios y las tecnologías asociadas a estos. En los estudios de medios existe el compromiso de enfocar el uso cotidiano y rutinario de la televisión (por ejemplo, Bausinger, 1984; Silverstone, 1992; Livingstone, 1998). Un enfoque similar ha sido llevado a otras tecnologías de la información y las comunicaciones en entornos domésticos (por ejemplo, Frissen, 1997; Silverstone y Hirsch, 1994). Bausinger ha sugerido que “la tecnología en su uso cotidiano sólo puede ser captada coyunturalmente” (1984, pág. 246) como parte de un flujo permanente de interacciones en el hogar. Sería artificioso, por ende, separar la televisión y convertirla por sí misma en un tópico de estudio. Las dificultades para estudiar audiencias *in situ* como parte de una multiplicidad de interacciones pueden resultar teóricamente interesantes, pero en la práctica son tremendamente difíciles de resolver.

Para los etnógrafos, el problema de conocer la audiencia se revuelve entre dificultades para encontrar un lugar apropiado de observación de las prácticas en el espacio privado del hogar. Ya que trasladarse al domicilio de algún participante por demasiado tiempo podría resultar impráctico, la aplicación de perspectivas etnográficas a audiencias de medios ha sufrido adaptaciones creativas. Manteniendo el *ethos* de fidelidad a los procesos sociales de construcción de sentido *in situ*, los estudios etnográficos de audiencias de medios han resuelto sus preocupaciones por vía de análisis holísticos, una aplicación estratégica de la etnografía a un problema particular que, por ende, difiere sustancialmente de la concepción antropológica del quehacer etnográfico. Dadas las dificultades que envuelve observar a un gran número de participantes en sus entornos domésticos, ha sido necesario implementar grupos de discusiones, sesiones para ver programas de televisión y entrevistas abiertas para explorar

cómo la audiencia comprende el medio en relación consigo misma (por ejemplo, Morley, 1980; 1992; Lembo, 1997). Estrategias similares podrían ser aplicadas, sin duda alguna, al estudio de las prácticas interpretativas de los merodeadores o mirones de Internet, si fuese posible localizar un número suficiente de ellos. Las entrevistas con usuarios de Internet han probado ser de utilidad (Turkle, 1995; Shaw, 1997; Clark, 1998; Markham, 1998), y se podrían extender hasta incluir sesiones *online* en compañía, lo cual abriría al entrevistador la posibilidad de discutir las interacciones que ocurren entre sus informantes.

En suma, la sociología de la tecnología y la de los medios comparten la visión de sus objetos de estudio como producciones totalmente sociales. Ambas proponen que el contenido de los medios/tecnología, se presta para el análisis etnográfico, tanto durante su producción como en su utilización. Las categorías de productor, usuario y audiencia se construyen a través de prácticas de producción y consumo, y únicamente a partir de tales prácticas se puede analizar la comprensión social de las capacidades de una tecnología, siempre situadas en un contexto. Las investigaciones sobre la televisión serían particularmente útiles para el caso de Internet: allí se ha sostenido que el contenido es creado por los productores con base a su comprensión, tanto de la audiencia, como de la tecnología en sí. En este sentido, la televisión se asemeja a Internet, pues puede decirse que los contenidos de la Red surgen de las ideas acerca de lo que hace la tecnología y de quiénes constituyen su audiencia, puntos que elaboraremos con mayor profundidad en el capítulo V. Los contextos en los que se consumen los contenidos de la televisión son diversos y distintos según el espacio, y la producción de contenidos de Internet es aún más dispersa en comparación con la televisión o las tecnologías tomadas en cuenta por Grint y Woolgar (1997). La producción de contenidos de Internet implica a sus usuarios de dos modos: las prácticas a través de las cuales se comprende Internet; y los contenidos que se generan en ella. La dispersión de sitios de producción fragmenta por entero la noción de “productor”, al tiempo que la tecnología va inscribiendo interpretaciones situadas de sí misma que son, al menos parcialmente, accesibles al resto de usuarios. Estos procesos complican seriamente la identificación de espacios adecuados para el estudio etnográfico.

### **En busca de conexiones complejas**

En la primera sección de este capítulo, exploramos el cuestionamiento del modelo de “reducción de signos sociales” como resultado de las comunicaciones mediadas por ordenador. Incluso dentro de grupos en organizaciones, la atribución de efectos sociales a rasgos técnicos ha generado controversias, y reconocer que los “efectos” son diferentes en distintos contextos, de alguna manera, se acerca más a explicar por qué los resultados de estudios experimentales nunca terminan por encajar. Schmitz y Fulk (1991) y Fulk (1992) proponen que las CMO sean tratadas como construcciones sociales y no como tecnologías propensas a producir efectos predeterminados. En su argumento, Fulk *et al.*, (1992) nos dice que los contextos organizacionales varían considerablemente y, con ello, los aparentes impactos de las CMO pueden también variar de forma sustancial. Por extrapolación, podríamos esperar que los estudios de las CMO en organizaciones difieran radicalmente de aquellas exploraciones acerca de su uso en otros entornos sociales. En este sentido, Internet y

particularmente el contexto social de grupos de noticias, *dominios multiusuario*, etc., poseen relaciones complicadas entre diversos entornos, tanto organizacionales como domésticos. Tal como argumentamos en la segunda sección de este capítulo, Internet también puede verse como un artefacto cultural, conformado por procesos sociales de producción y de uso. La metáfora de la tecnología como texto nos ha abierto un camino para explorar las relaciones entre productores y usuarios, que cobran vida en el texto y sus interpretaciones. Internet puede ser vista en sí misma como una cultura, pero los significados y las percepciones que aportan quienes participan en ella pueden adquirir forma según los entornos desde los que provienen, así como de las expectativas que puedan tener. Como apunta Baym (1998), los mundos *online* y *offline* se conectan entre sí de maneras complejas. El espacio en que ocurren las interacciones virtuales se produce socialmente y, a la vez, se nutre de una tecnología cuya base es también social:

Las CMO no son sólo herramientas sino a la vez tecnologías, medios y maquinarias de relaciones sociales. No son sólo estructuras de relaciones sociales, sino espacios en los que las relaciones ocurren, a la vez que dispositivos para que las personas accedan a tal espacio. Es más que un contexto para forjar relaciones sociales (aunque también es eso mismo), por cuanto allí se comenta y se construye creativamente, a través de procesos simbólicos iniciados y mantenidos por individuos y por grupos. (Jones, 1995, pág. 16)

Internet puede ser interpretada como un texto de dos modos distintos, bien como una cultura conformada discursivamente, o bien como un artefacto cultural: texto tecnológico. En ninguna de estas dimensiones sus usos o interpretaciones están regidos por el texto como tal. La distinción entre Internet como cultura y como artefacto cultural constituye un dispositivo heurístico para pensar en la indeterminación de la Red. Cabe prevenir que no se trata de tomarla como una distinción “real” en la experiencia de los usuarios de la tecnología, o una reflexión lineal y plana sobre la barrera entre lo *online* y lo *offline*: la distinción entre cultura y artefacto cultural re-plantea la distinción entre lo real y lo virtual, lo cual, tomado como un *a priori* puede oscurecer el proceso a través del cual se crea la frontera entre estas nociones. Lo que tiene esto de heurístico aparece como un incentivo para encontrar una aproximación etnográfica de Internet que tome en consideración ambos aspectos y explore las conexiones entre ellos. Interpretar la Red como un lugar para la cultura, implica concederle y enfatizar su estatus de logro cultural basado en interpretaciones particulares de la tecnología.

Se podría alegar que sí existen enfoques etnográficos de Internet como cultura que han negado algunos aspectos fundamentales de su interpretación como artefacto cultural y se han dedicado enteramente a los espacios socialmente delimitados en los que se desarrolla. En nuestro caso, hemos querido rescatar las contribuciones de la etnografía en ambos sentidos para la comprensión de Internet. Parecería útil hacer hincapié en la producción del sentido en contexto, entendido como 1) las circunstancias en que Internet se emplea (*offline*) y 2) los espacios sociales que emergen en su uso (*online*). Stone (1991) describe lo *online* y lo *offline* como una lógica consensuada, cada uno con su propia versión local de “realidad”. Pero sabemos muy poco sobre los modos en que estos dos contextos se conectan entre sí, lo cual hasta cierto punto es un problema práctico: los contextos en que observemos Internet como cultura serán distintos de aquellos en los que la estudiemos según su uso. El primero será un entorno virtual y el segundo, físico. El diseño de un estudio que abarque ambos no es tarea

fácil (Star y Kanfer, 1993). Por más que resulte sencillo observar y participar en grupos de noticias, visitar usuarios individualmente y alcanzar a tener cierta idea del contexto en que emplean estos espacios es un asunto muy distinto. Incluso estudiar usuarios de Internet en sus entornos domésticos o laborales puede parecer relativamente sencillo, pero cuenta con una tremenda dificultad: resulta muy difícil observar físicamente las actividades *online*, por la sencilla razón de que estas generalmente se ejecutan en solitario. Estos problemas prácticos de diseño de una etnografía en Internet tienen algo que aportar a la discusión de fundaciones metodológicas que persisten en arrastrar una concepción algo obtusa de la etnografía basada en una presencia prolongada en un espacio social determinado, bien sea este un pueblo, un club, una empresa de ordenadores o un grupo de noticias. En el capítulo siguiente exploraremos algunas corrientes del pensamiento etnográfico actual que sugieren una perspectiva para Internet que trasciende el análisis de lugares sociales delimitados. Perspectivas que se sumergen en la profunda ambivalencia que surge a la hora de buscar un sitio apropiado para la investigación a partir de esta doble interpretación de la Red.

## Capítulo III Los objetos virtuales de la etnografía

### La crisis en la etnografía

La etnografía ha cambiado mucho desde aquellos tiempos en que se empleaba por los antropólogos para comprender las culturas de lugares distantes. Ha absorbido un vasto rango de campos de estudio entre los que se incluyen vida urbana, medios, medicina, aulas de clases, ciencia y tecnología, etc. Si bien se ha utilizado también dentro de la sociología y los estudios culturales, su estatus sigue siendo clave para la perspectiva antropológica. En nuevos entornos disciplinarios, el énfasis otorgado a las descripciones holísticas ha dado paso a estudios más centrados en tópicos particulares: en vez de estudiar ciertas formas de vida en su conjunto, los etnógrafos de la sociología o de los estudios culturales se han dedicado a examinar aspectos más limitados de, por ejemplo, las personas como pacientes, como estudiantes, televidentes o profesionales. La etnografía de culturas familiares o más cercanas ha ampliado la etnografía de modos de vida remotos o aparentemente exóticos, aportando sus propios retos en la medida en que los etnógrafos deben esforzarse por distanciarse de sus propios presupuestos e intentan negociar el acceso a localizaciones donde deberán tratar con lo cultural de una forma mucho más intensa (Jackson, 1987). Así, tales tendencias han traído una gran expansión en la diversificación de perspectivas etnográficas, todas bajo el mismo sino central de compromiso: desarrollar una comprensión profunda de lo social a través de la participación y la observación. Hammersley y Atkinson han elaborado una definición básica de etnografía, aplicable a casi todos estos estudios:

En su forma más característica, implica la participación del etnógrafo, sea abierta o encubiertamente, en la vida cotidiana de las personas, durante un período prolongado de tiempo, observando lo que sucede, haciendo preguntas –de hecho, recopilando cualquier dato que esté disponible para arrojar luz sobre los temas de su investigación. (1995, pág. 1)

El quehacer etnográfico se ha enfrentado desde siempre a los retos que imponen las ciencias “duras” con respecto a su objetividad o su validez. Para empezar, es una metodología que ofrece poco o nada de prescripción para el investigador, que no cuenta con fórmulas para juzgar la precisión de sus resultados y que es, ciertamente, vulnerable a las críticas provenientes de la racionalidad de las encuestas, los experimentos o los cuestionarios equipados de todo un repertorio de técnicas de evaluación. Se puede decir que la popularidad de las metodologías cualitativas entre las cuales cuenta la etnografía, se basa en su atractivo modo de abordar la riqueza y complejidad de la vida social. En comparación con las técnicas reduccionistas de los métodos cuantitativos, el énfasis en el holismo de la etnografía le confiere un interesante poder de seducción a la hora de lidiar con conceptos complejos y polivalentes como, por ejemplo, en el de cultura, pues resultan sugerentes tanto en su profundidad de descripción como su ausencia de hipótesis *a priori*. Así, la etnografía nos ofrece la promesa de poder acercarnos a la comprensión de cómo las personas interpretan el mundo que las rodea o cómo organizan sus vidas, a diferencia de los estudios cuantitativos que nos ofrecen a representaciones *prefiguradas* de conceptos aislados o impuestos por el investigador.

En respuesta a las críticas esgrimidas desde posturas positivistas o cuantitativas, la etnografía se ha adjudicado la producción de una comprensión auténtica de la cultura, basada en conceptos que emergen del estudio y que no se imponen *a priori* por el investigador. El principio de una etnografía realista consiste en estudiar las culturas *en su estado natural*, en vez de intervenirlas con técnicas de encuesta o arreglos experimentales. Se trata de describirlas tal y como acontecen, aunque claro, esto depende de la aceptación del realismo y la objetividad como aspiración última de cualquier metodología. Más recientemente, el proyector realista y naturalista ha sido puesto en cuestión dentro del propio campo de las metodologías cualitativas, así como las nociones realistas se han criticado de una forma mucho más generalizada desde las posiciones constructivistas del conocimiento (Berger y Lukman, 1971). De hecho, las bases para sostener cualquier tipo de conocimiento como un fenómeno *a-social* e independiente de las prácticas particulares del saber han sido gravemente cuestionadas; de ello no se han salvado ni la etnografía ni cualquier pretensión naturalista basada en la documentación de una realidad externa al investigador. Así, el enfoque etnográfico ha dejado atrás sus registros de objetos culturales preexistentes y objetivamente observados y se ha replanteado como la descripción de una realidad inevitablemente “construida”, de objetos creados a través de prácticas disciplinarias, en el marco de un compromiso reflexivo y situado del investigador. Estas tendencias en la epistemología han constituido lo que Denzin describe como “la triple crisis de la representación, la legitimación y la praxis” (1997, pág. 3) en la investigación cualitativa, donde se incluye la etnografía. La triple crisis descrita por este autor amenaza la posibilidad etnográfica desde todos los frentes: su pretensión de representar la cultura, o de producir conocimiento auténtico, así como la habilidad de sus defensores para hacer intervenciones de principio basadas en el conocimiento que han adquirido a través de esta metodología. Marcus ha descrito claramente la naturaleza del reto al que se enfrentan estos estudios:

Bajo la etiqueta, primero de “postmodernismo”, y luego de “estudios culturales”, muchos académicos de las ciencias sociales y las humanidades han sometido sus hábitos de pensamiento y trabajo a un duro examen auto-crítico. Entre sus reconsideraciones están la naturaleza de la representación, de la descripción, la subjetividad, la objetividad, e incluso las nociones mismas de “sociedad” y “cultura”. No han quedado ilesos ni los modos de materializar objetos de estudio ni de organizar los datos para conformar “lo real” con respecto a lo cual el trabajo se dirigía en el pasado. (1997, pág. 399)

En vez de sugerir un abandono total de la etnografía, esta “crisis” invita a abrir sus posibilidades y explorar aplicaciones creativas y estratégicas para esta metodología. La “etnografía de la etnografía” (Van Maanen, 1995) provocada por la nueva epistemología implica una revisión de los rasgos de la metodología que se habían dado por supuestos, abriendo la metodología a examen y reconfiguración, dándonos una oportunidad para reformar y reformular nuestros proyectos a la luz de las preocupaciones actuales. Reconocer que los objetos que encontramos y describimos son nuestras propias construcciones también conlleva una serie de consecuencias que hay que asumir. La cuestión es saber qué nos ofrece construir el tipo de objetos de estudio que necesitamos para penetrar y transformar los debates de una reconstitución de la relación entre etnógrafos, participantes y lectores. Este capítulo toma la llamada crisis de la etnografía como una oportunidad para estudiar una nueva aproximación a Internet desde una perspectiva etnográfica replanteada. Una aproximación desde un tipo de interacción sin precedentes y desde un nuevo objeto de estudio (sin parangón dentro de la

etnografía tradicional). Tomaremos la etnografía como una práctica textual y una destreza adquirida y como una experiencia artesanal que pone en entredicho los fundamentos tradicionales basados en la presencia prolongada del investigador en un espacio físico determinado.

El propósito de esta reevaluación de la etnografía es encontrar una nueva manera de lidiar con algunos problemas que, como hemos descrito en el capítulo II, arrastraría esta perspectiva con respecto a Internet. Entre tales problemas se incluyen la autenticidad de las interacciones mediadas como material para la comprensión etnográfica y la selección de sitios adecuados para estudiar Internet como cultura y como objeto cultural. Las dos cuestiones fundamentales que trae consigo una perspectiva etnográfica para Internet son cómo esta puede constituirse como objeto de estudio etnográfico, y cómo reconocer su autenticidad en tanto tal. Desde un punto de vista realista o naturalista, el proyecto etnográfico en el entorno de Internet puede resultar tremendamente problemático. En este sentido, el propósito de este capítulo es dar cuenta de desarrollos recientes en el área, que pueden ser particularmente útiles para el desarrollo de una aproximación alternativa al estudio de la Red. Este planteamiento se sostiene sobre el análisis de tres áreas temáticas, a saber:

- El rol del viaje y de la interacción cara a cara en la etnografía
- Texto, tecnología y reflexividad
- La constitución del objeto etnográfico

Analizaremos estas tres temáticas con miras a formular los principios de una etnografía virtual a partir de las nuevas corrientes de pensamiento etnográfico, aplicable a las interacciones mediadas y espacialmente dispersas que facilita la Red.

### **La etnografía y la interacción cara a cara**

Uno de los principales problemas con que nos topamos cuando diseñamos un estudio etnográfico en Internet es el de encontrar una forma de interacción con los sujetos del estudio adecuada al propósito etnográfico. Tradicionalmente, la etnografía se ha caracterizado por considerar la interacción cara a cara como la más apropiada: el investigador viaja al lugar y, en presencia física, se comunica directamente con los participantes de su estudio. Antes de que las comunicaciones mediadas por ordenador tuviesen gran alcance, la “comunicación mediada” se veía como insuficiente para permitir al investigador contrastar sus ideas a través de su inmersión en el campo. Para incorporar interacciones mediadas en un proyecto etnográfico es necesario considerar los fundamentos de esta metodología y, especialmente, su dependencia de las interacciones cara a cara. Y hoy en día, las posibilidades de las interacciones mediadas nos permiten repensar ese rol de la presencia física como fundamento de la etnografía. Es más, estamos en posición de evaluar qué aspectos concretos de la interacción cara a cara hacen convincente el análisis etnográfico tradicional, así como

explorar las potencialidades que hay en reconceptualizar la noción de “autenticidad” en este tipo de estudios. Para ello es menester estudiar las interacciones mediadas, no desde perspectivas externas o fundamentos apriorísticos, sino en los términos en que estas ocurren.

La reconsideración de las interacciones cara a cara aquí discutidas está fundamentada en la “crisis representacional” descrita por Denzin (1997). La publicación de *Writing Culture* (Clifford y Marcus, 1986) supuso un hito en el creciente reconocimiento de que las descripciones etnográficas no era una representación transparente de la cultura estudiada. Se alegaba que los productos escritos de la etnografía son, en todo caso, narrativas o relatos sustentados en la experiencia de algunos investigadores y en convenciones empleadas para mantener la atención y dar un halo peculiar de autoridad a sus redacciones (Van Maanen, 1988). La etnografía, vista como una “institución de cuenta-cuentos” (Van Maanen, 1995), produce historias más o menos convincentes que no necesariamente se corresponden con la existencia de alguna cultura “real” preexistente. Independientemente de la sinceridad con que se cuente, la etnografía es, desde este punto de vista, siempre selectiva. Las monografías también se consideraron “construcciones textuales de la realidad” (Atkinson, 1990), de manera que esta perspectiva permite analizar la importancia de la interacción cara a cara a través del análisis del rol que ésta juega en las narraciones por el hecho de que el etnógrafo ha permanecido en el lugar durante un tiempo prolongado. La primacía de la *presencialidad* en la etnografía puede comprenderse a partir de la reflexión sobre cómo la producción etnográfica entendida como una narración textual veraz. Se ha sustentado tradicionalmente en el viaje, la experiencia y la interacción. Esta reflexión es particularmente útil en nuestro caso como forma de evitar juicios *a priori* sobre la riqueza (y la adecuación etnográfica) o no de los medios de comunicación, una asunción que ha probado ser problemática aplicada a las CMO (capítulo II).

El viaje ha jugado un papel importante en la construcción de la autoridad etnográfica. Los días en que el antropólogo confiaba en relatos de segunda mano y en historias de anécdotas contadas por viajeros se consideran ahora como “los malos viejos tiempos”, ya que el etnógrafo no estaba suficientemente imbuido en lo que ocurría como para producir un análisis que hiciese justicia a su profesión y, en muchos casos, corría el riesgo de extraviarse en las representaciones de terceros. Kuper (1983) describe la “revolución Malinowskiana” en la etnografía como el asentamiento de un compromiso por fundir el trabajo de campo y la teoría bajo una misma figura, la de aquel que iba, veía, registraba y también analizaba. Así, el concepto de “viaje” mantiene un papel importante y distintivo de la etnografía con respecto a otras perspectivas analíticas. En palabras de Van Maanen:

Se ha vuelto cada vez más problemático que el trabajador de campo realmente “haga el viaje” conceptual. Pero el desplazamiento físico sigue siendo un requisito. (1988, pág. 3)

Aquí, Van Maanen parece referirse al problema del etnógrafo que se lleva consigo sus asunciones y marcos analíticos, con lo cual fracasa en su intento por abordar el campo en sus propios términos, como se supone que tendría que hacerlo. Si bien para este autor desplazarse físicamente no es garantía de distanciarse conceptualmente, llegar al espacio de trabajo es

prerrequisito para la tarea etnográfica. Lo que aún no está claro es qué es lo que hace que tal desplazamiento sea tan determinante. Podemos encontrar algunas claves en los análisis de los modos a través de los cuales los etnógrafos describen su experiencia de viajes y encuentros. El papel que juega el desplazamiento en la consecución de la autoridad en un estudio de este tipo es abordado en el análisis que Pratt desarrolla sobre “historias de encuentro” en los relatos etnográficos:

Estas [historias de encuentro] son cruciales para anclar la descripción de manera intensa y con la autoridad pertinente de la experiencia de campo (...) Se encargan siempre de rendir cuentas, de preparar las posiciones iniciales de los sujetos del texto etnográfico: investigador, nativo y lector. (1986, pág. 32)

El desplazamiento, desde este análisis, es lo que da significado a la relación entre el escritor y los lectores y lectoras del texto etnográfico y los sujetos de la investigación. En otras palabras, los detalles que ofrece el etnógrafo acerca de su inmersión en el campo nos invitan, como lectores, a asumir que el relato está verdaderamente anclado en la experiencia. Junto al “viaje” está también la noción de “traslación” (Turner, 1980): no es suficiente con llegar al lugar, sino que también hay que “volver a casa” con la historia a cuestas. Esos son los relatos que alcanzan a tener un efecto de autoridad etnográfica, a diferencia de aquellos que se construyen entre el autor y el lector, pues uno ha estado donde el otro no. Cabe aquí notar que las críticas hechas a *Adolescencia y cultura en Samoa* (1943), de Margaret Mead, se basaron en observaciones de otro etnógrafo, que también estuvo bastante tiempo en el lugar y experimentó una realidad cultural distinta a la descrita por ella (Freeman, 1996). La autoridad de la crítica se sustenta en el viaje de Freeman, mientras que cualquiera que no haya podido estar en el lugar, probablemente jamás hubiese alcanzado niveles de detalle y convencimiento en una refutación.

La etnografía en Internet no implica necesariamente moverse de lugar. Visitar sitios en la Red tiene como primer propósito vivir la experiencia del usuario, y no desplazarse, tal como sugiere Burnett cuando indica que “se viaja mirando, leyendo, creando imágenes e imaginando” (1996, pág. 68). Internet permite al etnógrafo sentarse en una oficina, o en su mismo despacho, y explorar espacios sociales. Los etnógrafos de Internet, en vez de ensuciar sus despachos con tierra y polvo de lugares lejanos, pueden llegar a desgastar el escudo universitario del tapiz de sus sillas. Eso no implica, en ningún caso, que desaparezca la relación entre el investigador y su lector. Baym (1995c) tiene su propia versión de una historia de encuentro, como la tiene también Correll (1995). Ambos se concentran no en las formas físicas que emplearon para llegar a un sitio, sino en los modos en que negociaron el acceso a él, observando las interacciones y comunicándose con los participantes. Estas descripciones conforman una relación en la que el etnógrafo forma parte de esa experiencia extensa y sólida del sitio de campo; experiencia que el lector difícilmente podría tener (además de una distancia analítica que los participantes, en principio, no son capaces de compartir). En este sentido, los preámbulos metodológicos no son nada inocentes a la hora de sustentar la autoridad etnográfica y en efecto, como veremos, el capítulo IV de este trabajo no está simplemente para contar lo que hicimos, sino para convencer a nuestros lectores y lectoras de que hicimos algo que nos confiere la suficiente autoridad como para hablar de ello.

Dispositivos tales como el glosario técnico, al final del libro, demuestran el grado de competencia del etnógrafo con respecto al lenguaje local, tal como hacen los glosarios incluidos en las etnografías llevadas a cabo en lugares distantes y con lenguas diferentes. Con o sin desplazamiento físico, la relación entre el etnógrafo, el lector y los sujetos de la investigación se mantiene en el texto etnográfico. Quien hace la etnografía mantiene una posición singular para explorar el campo, basada en su experiencia y capacidad de interacción.

El mantenimiento de la autoridad del texto etnográfico, del contraste entre el etnógrafo y el lector, no depende sólo del desplazamiento físico sino también de la experiencia. Otra vez, tenemos el contraste con “los viejos tiempos” en que los etnógrafos se mantenían en la veranda (convenientemente cerca de sus informantes, pero no demasiado) sin hacer una total inmersión en el campo. En palabras de Van Maanen, acerca del género de los relatos realistas, “la convención consiste en lograr que la experiencia inexplicada del trabajo de campo se convierta en la base de la autoridad textual” (1988, pág. 47). En algunos casos, esta experiencia junto al sentido de la cultura que ha desarrollado su investigador alimentan la etnografía escrita de formas mucho más extensas:

No es que la experiencia del trabajo de campo tenga un poder misterioso, pero sin ella la etnógrafa no encontraría el contexto – los olores, sonidos, signos, tensiones emocionales, etc.– de la cultura, que intenta evocar en el texto escrito. (Wolf, 1992, pág. 128)

A partir de estas observaciones va emergiendo un sentido de la presencia etnográfica en el que “estar ahí” es una experiencia singular. El etnógrafo que ha estado en el lugar, se constituye como el actor con la autoridad para interpretar, por encima del lector, cuyo deseo de comprensión no puede sustentarse en la experiencia de haber estado allí. Los lectores dependen siempre de las descripciones del etnógrafo. La autoridad no es transferible: reside solamente, y siempre, en el etnógrafo que estuvo allí. Tampoco es transferible esa autoridad, desde este modelo, a los sujetos del estudio, por más que puedan decir que también han estado en el lugar. El sujeto de la investigación carece de la visión analítica del etnógrafo y, así, no puede coexistir en un espacio analítico donde sólo el etnógrafo puede decir que estuvo allí, pero de un modo especial. Los etnógrafos están solos en el espacio analítico desde el cual sostienen su autoridad. Con respecto a esto, Turner ha indicado que “‘el campo’ puede ser interpretado como un espacio –o mejor, una actitud– que, lejos de ser neutral o inerte, es resultado de ‘tecnologías disciplinarias’” (1989, pág. 13). Se puede intentar ceder parte de este espacio como un ejercicio de coautoría, tal como describe McBeth (1993), pero la llave de paso está siempre en manos del etnógrafo.

Rosaldo (1989) ha destacado que la experiencia también es vital para el etnógrafo en otro sentido. Describe este autor que se es incapaz de comprender el tumulto de dolor y rabia que siente el participante hasta no sufrir, uno mismo, un dolor intenso en medio de la rabia. Esto coloca en primer plano la necesidad de la experiencia y la participación para una amplia comprensión. El etnógrafo no es simplemente un viajero o un observador desvinculado sino que, hasta cierto punto, es un participante que comparte las preocupaciones, emociones y

compromisos de los sujetos de investigación. Que su experiencia se haga extensiva depende también de las interacciones que desarrolle, de su constante cuestionamiento acerca de lo que implica la comprensión etnográfica de un fenómeno. Otro aspecto de la autoridad que la etnografía obtiene de la interacción cara a cara es la de yuxtaponer las interpretaciones etnográficas con las de los nativos y permitir que éstas se alteren o modifiquen mutuamente.

La definición de etnografía como participación, empleada por Hammersley y Atkinson (1995, pág. 2), destaca el factor interactivo de este tipo de estudios. Aquí, el investigador no sólo observa de cerca los fenómenos, sino que interactúa con los participantes, y les hace preguntas hasta llegar a una idea de los aspectos de la vida, tanto desde la acción como desde la observación. En palabras de Pratt, la etnografía se distingue de otros tipos de viaje, y de las perspectivas de otros tipos de viajero:

En casi cualquier etnografía aparece, de vez en cuando, la figura de “observadores casuales” o “simples viajeros”, de aspecto poco animado, que vienen simplemente a exponer sus superficiales preocupaciones para ser corregidas o corroboradas por el científico riguroso. (1986, pág. 27)

Al menos parte de esta distinción viene de presuponer que la etnografía es un intento activo de análisis que envuelve algo más que empaparse en la atmósfera local. Para Wolf:

Hacemos investigación. No sólo contamos lo que nos ocurre por el simple hecho de estar en un lugar exótico. Es más que eso. (1992, pág. 127)

Para el etnógrafo la interacción implica también cierta apertura hacia hechos inesperados que ocurran durante el trabajo de campo. Estando allí, participando y viviendo la experiencia, quien hace etnografía se abre al aprendizaje:

El trabajo de campo del etnógrafo es auténtico en la medida en que entra en la vida de un extraño y transita por su comunidad desconocida, y termina durante un tiempo y de manera impredecible transformándose en parte activa de las relaciones de esa comunidad. (Van Maanen, 1988, pág. 9)

Una vez más, hemos regresado a la interacción directa como componente intrínseco de la etnografía. Lo importante de la presencia física, para Van Maanen, está en que obliga al etnógrafo a participar en los eventos y las interacciones. Un investigador que se sitúe en la posición de observador invisible (acaso un merodeador cultural) dejaría el contexto tan intacto como sus propias interpretaciones, jamás puestas a prueba en la práctica. Aquí se sugiere que el investigador, al abrirse a lo impredecible del estudio del campo, permite que al menos parte de su agenda se organice alrededor de elementos contextuales. Esa defensa de una voz neutral que habla por el campo se ha utilizado para dar mayor autoridad al etnógrafo, para Pratt, genera además una paradoja para la descripción etnográfica:

La narrativa personal media esta contradicción entre el nivel de implicación que conlleva el trabajo de campo, y el de alejamiento requerido para alcanzar la descripción etnográfica. Al menos atenúa la angustia que esto genera, al insertar dentro del texto etnográfico la autoridad de la experiencia personal alrededor de la cual se construye la investigación. Así se logra recuperar, al menos, parte de lo que fue exorcizado en el proceso de conversión del encuentro cara a cara en ciencia objetiva (1986, pág. 33)

El etnógrafo del ciberespacio puede, evidentemente, fisgonear de forma que el de a pie no

puede. En un contexto físico, un observador está siempre marcado por su diferencia, incluso aunque guarde total silencio, caso radicalmente diferente del de los merodeadores del entorno virtual, quienes pueden pasar desapercibidos. Ahora bien, adoptar el merodeo equivale a renunciar al argumento de autoridad etnográfica basada en el análisis sustentado en la participación, y tanto Baym (1995c) como Correll (1995) dejan siempre claro que sus hallazgos son resultado de la observación y la interacción.

Correll (1995) enfatiza que, además de su trabajo *online*, ha conocido algunos de sus informantes personalmente para verificar algunas de las afirmaciones que hicieron sobre sus vidas *offline*. Si bien esta práctica se presenta como una triangulación que otorga cierto carácter de autenticidad, también puede ser visto como un paso hacia el holismo etnográfico. En su caso de estudio concreto, el grupo mantenía reuniones *offline* periódicamente, convención que Correll aprovechó ampliamente, pero lo cierto es que muchos habitantes del ciberespacio, ni se han conocido personalmente, ni tienen la intención de hacerlo. Invitar a los participantes de un estudio a acudir a una reunión cara a cara, coloca al etnógrafo en una posición asimétrica pues estaría empleando medios más variados y diferentes para comunicarse y comprender a sus participantes; medios que ellos no emplearían entre sí. En una etnografía convencional –de las que requieren desplazamiento físico– el etnógrafo mantiene una situación simétrica con respecto a sus informantes, los cuales también pueden mirar a su alrededor, preguntar e interpretar por sus propios medios, aunque sea improbable que analicen resultados del mismo modo o publiquen libros sobre el tema. El etnógrafo sencillamente explota su rol de extraño, de “nuevo” en una cultura que se ha propuesto estudiar deliberadamente, para entender lo que otros dan por supuesto. Luego, si la simetría consiste en que el etnógrafo emplee los mismos recursos y medios de comunicación que sus sujetos de la investigación, corremos el peligro de caer en la siguiente paradoja: por un lado, contactar cara a cara con informantes virtuales podría garantizar cierta autenticidad por vía de la triangulación (Silvermann, 1993; Hammersley y Atkinson, 1995); pero por otro, un encuentro presencial amenazaría la autenticidad de *la experiencia del mundo virtual en los términos en que lo viven nuestros informantes*. En vez de presuponer que la comunicación presencial es intrínsecamente mejor para una etnografía, podríamos añadir un poco de sano escepticismo y optar por la *presencialidad*, cautelosa y sensiblemente, según los usos que nuestros mismos informantes le atribuyan.

Pero la cuestión central aún se mantiene: ¿pueden verse como auténticas las interacciones en el espacio electrónico si el etnógrafo no puede confirmar aquello que sus informantes le han transmitido sobre sus vidas *offline*? Planteada así, la pregunta asume una idea concreta de lo que es una persona y de su autenticidad. Aquí está claro que se trata de la correspondencia entre la identidad representada en la interacción con el etnógrafo, y la que aparece en otros lugares bien sean reales o virtuales, lo cual presupone una noción de identidad singular, ligada a una visión particular del cuerpo. Para Wynn y Katz (1997), hay críticas muy elaboradas de esta noción singular de identidad, sin necesidad de recurrir a las nuevas tecnologías. La noción de “persona” puede tomarse como un atajo que conviene para llevar a cabo una serie de acciones más o menos coherentes en relación con un cuerpo y una biografía particulares. Y

sería tremendamente útil aprovechar esto para prestar más atención a los modos en que las nuevas tecnologías podrían alterar las condiciones en que se desenvuelve la identidad, sin pasar necesariamente por ideas de correspondencia y coherencia (Meyrowitz, 1985). Los estándares de autenticidad no tendrían que ser tomados en cuenta como absolutos, sino como negociados y sostenidos situacionalmente. La autenticidad, por tanto, es una manifestación más de la regla según la cual “el fenómeno siempre se escapa” (Silvermann, 1993, pág. 201). La búsqueda de un conocimiento realmente auténtico de las personas o de los fenómenos está destinada a su irresolución. Y el propósito del etnógrafo no tendría que ser, en todo caso, importar un criterio externo para juzgar si es seguro creer en lo que dicen los informantes, sino comprender cómo los informantes valoran la autenticidad, lo cual implicaría aceptar que “el informante” es una figura parcial y no una identidad total.

En vez de tratar la autenticidad como un problema particular del ciberespacio que el etnógrafo tiene que resolver antes de llegar al análisis, sería más útil colocarla *en* el ciberespacio, como un tópico, en el corazón central del análisis. Asumir *a priori* que la autenticidad constituye un dilema para los habitantes del ciberespacio sería equivalente al error etnográfico cometido cuando se asumió que los Azande tenían dificultades para lidiar con las contradicciones inherentes a sus creencias sobre la brujería. Son aspectos que solo tendrían que ser considerados del modo y en la medida en que surgen en las mismas interacciones. Las nociones de autenticidad e identidad serán revisadas nuevamente, en el capítulo VI, a la luz de la exploración etnográfica de un evento en Internet.

A pesar de esta transformación de la cuestión de la identidad de un problema del etnógrafo a un tópico de la etnografía, hay que decir que la etnografía debe cumplir siempre con criterios de autenticidad que difieren de los que prevalecen en las interacciones sobre el terreno, puesto que la etnografía es, en última instancia, producida y evaluada en un contexto académico (Stanley, 1990). De hecho, la tarea que ocupa al etnógrafo es la traducción de los estándares de autenticidad de un tipo de discurso a otro.

### **Texto, tecnología y reflexividad**

Hemos descrito Internet como un espacio de interacción que, de alguna manera, sí es accesible a la investigación etnográfica aunque no esté basado en la comunicación cara a cara, puesto que asumimos que lo que ocurre allí son interacciones sociales. Empero, el ciberespacio puede ser entendido como un compuesto de textos más que de interacciones, arguyendo que no hay una línea que delimite con precisión ambos conceptos. Tal distinción resulta útil siempre que introduzca diferentes ideas sobre lo que constituye y caracteriza ambos fenómenos: la interacción tiende a ser vista como una actividad que requiere la co-presencia de las partes implicadas, así como el rápido intercambio de perspectivas que lleven a logros comunes entre ellas (aunque, por supuesto, su comprensión no sea totalmente transparente); mientras que podríamos pensar el texto como una forma de interacción empaquetada que se mueve de un lugar a otro. Mientras que la interacción hablada es efímera (a menos que la trascriba un científico social) y local, los textos son portátiles, susceptibles de ser transportados lejos de las

circunstancias en que se han originado y, por esto, hacen posible una separación entre su producción y su consumo. Es obvio que los periódicos, los programas de televisión, los memorandos, la correspondencia, las cintas de audio y video o los discos pueden ser transportados: están “empaquetados” de tal forma que pueden ser transferidos de una persona a otra. Ante la necesidad de clarificación el lector no cuenta con el autor: el punto neurálgico del consumo de textos está mucho más en el trabajo interpretativo de quienes leen que en los significados compartidos entre autor y lector. Hoy más que nunca, existe la tendencia a no ver los textos como soportes transparentes de los significados elaborados por sus autores y autoras, y es en este sentido que podríamos ver Internet como una colección de textos que vienen y van. Desde esta perspectiva, el uso de Internet se reduce concretamente a un proceso de leer y escribir, y el trabajo del etnógrafo consiste en desarrollar una comprensión de los significados que subyacen a estas prácticas alrededor de los textos.

Resulta poco interesante establecer qué aspectos de Internet deben ser considerados como espacios interactivos o como textos. Lo importante, en todo caso, es tener presente que ambas dimensiones pueden coexistir. Es indudable que algunas instancias parecen ser más interactivas que otras, como es el caso de los *chat*, *dominios multiusuario* o grupos de noticias, que pueden ser muy interactivos e incluso acercarse a la informalidad de las conversaciones habladas. Si bien, por ejemplo, en los grupos de noticias, no todas las contribuciones son visiblemente reconocidas, suficientes personas reciben tantas respuestas como para tener la impresión de participar en una conversación. Que los primeros etnógrafos de Internet no hayan tenido dificultad para ver estos espacios como adecuados a su investigación, como planteamos en el capítulo II, no implica que el *World Wide Web* no presente serios desafíos metodológicos para todo aquel que esté interesado en analizar sitios interactivos. En contraste con los grupos de noticias, la WWW parece ser una inmensa colección de textos básicamente estáticos (por más que algunos cuenten con aplicaciones interactivas o listas de discusión). Los textos de páginas interactivas pueden enlazarse entre sí y cambiar con el tiempo pero, vistos individualmente, no facilitan ninguna entrada fácil para la interacción del etnógrafo, quien podría terminar paseando por una serie de sitios, recopilando información, y creando su propia página web de respuesta, lo cual se alejaría bastante de los estándares de conocimiento que hemos venido describiendo, basados en la experiencia, la participación y la interacción. Podría decirse que la etnografía llega hasta (y no pasa de) el punto en que la tecnología permite la interacción entre el investigador y los participantes de su estudio y que, por lo tanto, la *World Wide Web* es parcial y limitadamente compatible con el estudio etnográfico. Valdría la pena, en este sentido, detenerse en los modos en que los textos han sido empleados por los etnógrafos y superar este obstáculo en el futuro.

Tradicionalmente, mientras que las interacciones verbales han sido fundamentales para la etnografía, los textos han adoptado un rol secundario en tanto productos culturales: productos de valor, siempre que revelen algo acerca del entorno oral de la cultura en estudio. Hammersley y Atkinson (1995) interpretan este apoyo en las *interacciones orales* como una parte de la “herencia romántica” de la etnografía, que tiende a otorgar mayor autenticidad *al discurso* —a la palabra dicha— que a la palabra escrita. Estos autores sugieren que los textos,

sin embargo, merecen un cuidado más detallado, y que la valoración sobre su autenticidad debería quedar de lado. En vez de entender los textos como representaciones más precisas y detalladas de la realidad, podrían verse como materiales etnográficos que nos hablan de la comprensión que tienen sus autores de la realidad en la que viven. Los textos son parte importante de la vida en muchos entornos que los etnógrafos han venido visitando, e ignorarlos conllevaría una visión tremendamente parcial de las prácticas culturales. Protocolos de reglas, manuales, biografías, registros científicos, estadísticas oficiales y códigos de prácticas pueden ser material etnográfico en tanto presentan y dan forma a una realidad sustentada en prácticas concretas. Para el etnógrafo, por ende, no se trata de apartarse de los textos porque le parezcan descripciones distorsionadas, ni de aceptarlos como verdades incuestionables, sino de sustentarse en las “competencias sociales” que subyacen al acto de leer y escribir, interpretando así los escritos como artefactos culturales socialmente situados (1995, pág. 174).

Thompson (1995) también ha enfatizado la importancia de combinar una visión de los textos (en este caso, mediáticos) con las comprensiones situadas de esos textos. La “cuasi-interacción mediada”, como él la llama (1995, pág. 84), es facilitada por textos de medios de comunicación cuya movilidad permite formas de interacción. Tales formas de interacción tienen como consecuencia la separación de tiempo y espacio entre productores y consumidores, uno de los rasgos fundamentales para el análisis de los efectos sociales de los medios de comunicación. Thompson subraya que, si bien las interpretaciones simbólicas o semióticas del contenido de los textos pueden ser de utilidad, es igualmente importante tomar en cuenta las prácticas de lectura y escritura que dan sentido a esos textos. Por su parte, Hammersley y Atkinson (1995) y Thompson (1995) concuerdan en que el análisis del texto necesita tomar en consideración el contexto en que este se produce. Sólo de esta manera se pueden lograr juicios sensibles y culturalmente instruidos acerca de su significado. De hecho, sólo así podemos determinar el estatus de cualquier descripción de la realidad. Esto no conlleva necesariamente hacer juicios de veracidad o falsedad, sino que permite una visión del texto como la descripción de un autor situado, que genera el escrito dentro de un entorno cultural, así como de una audiencia, también situada, que interpreta su trabajo desde otros contextos. El análisis etnográfico de los textos, por tanto, tendría que tomar en cuenta sus circunstancias particulares de producción y consumo. Dicho de otro modo, el texto adquiere significado etnográfico (y social) una vez que tenemos el contexto social donde situarlo.

Swales (1998) ha desarrollado un modelo, llamado *textografía*, donde intenta combinar el análisis textual interpretando su relación con otros textos y las circunstancias de producción de sus autores. Este autor sostiene explícitamente que su trabajo está siempre parcializado y que es incapaz de dar cuenta de las “complejas *situacionalidades*” que conforman sus influencias “personales, institucionales y disciplinarias” (1998, pág. 142). Ciertamente, tal énfasis estratégico en una producción textual deja de lado muchos otros aspectos. La postura parcial de Swales selecciona, por ejemplo, una muestra espacial concreta: el edificio universitario ocupado por tres departamentos distintos. En virtud de la proximidad espacial entre ellos, se pueden observar, en ese caso, las distintas prácticas disciplinarias y encubiertas que rodean la

producción de textos. A través de entrevistas con sus autores y observaciones en sus ambientes laborales, se describen prácticas que los autores pueden reconocer pero que, hasta el momento, no han podido advertir ni expresar. Esas prácticas disciplinarias se sustentan en vínculos textuales entre diferentes sitios, y esos vínculos textuales actúan a través de documentos que se estudian y utilizan para generar trabajos, tales como referencias, modelos de redacción, etc. Así, además del entorno de trabajo de los autores, Swales indica la existencia de un segundo contexto que es el *intertextual*, que adquiere forma entre los mismos escritos. La disciplina hacia la cual se orientan los autores estudiados por Swales adquiere su forma, finalmente, en los textos y a través de los textos que la constituyen: una conclusión que refuerza aún más el estudio enmarcado en espacios bien delimitados de trabajo, como un edificio universitario ocupado por tres departamentos. Quizás podamos expandir el ejemplo y pensar que el contexto inter-textual de Internet nos brinda, por una parte, un espacio en el cual se inserta el trabajo de “autores de páginas web” y, por otra, un entorno al cual esos autores dirigen sus productos.

En el caso de Internet, asociar textos a los contextos sociales en que fueron producidos es relativamente sencillo. Es posible aproximarse a autores individuales de páginas web según las interpretaciones y prácticas presentes en sus trabajos. Es más, una vez fijado un sitio para el trabajo de campo, el etnógrafo podría seguir su progreso y evolución explorando las interpretaciones de sus autores con respecto a las capacidades de la tecnología y a la identidad de la audiencia a la que dirigen su trabajo. La incursión podría apoyarse, además, en un análisis de contenidos de la página resultante. Toda esta etnografía, físicamente localizada, permitiría echar luz sobre Internet como un depósito de textos, más que como un espacio de interacciones sociales. La *Web-grafía*, como una *textografía* de Swales, sería una forma estratégicamente orientada y parcial de etnografía, un abordaje detallado sobre las influencias y asunciones que anteceden la producción de una página en la World Wide Web y, definitivamente, una tarea más interesante que el análisis de páginas web aisladas. No obstante, esta aproximación no termina de alejarse de lo convencional, por cuanto nos mantiene atados a una locación física bien enmarcada, totalmente circunscritos al estudio de las influencias que recaen sobre un contexto del trabajo. En virtud de estas constricciones, este enfoque no puede considerar las implicaciones espaciales de las interacciones mediadas, ni abordar las complejidades que se juegan en la incorporación y facilitación de textos (o interacciones), que hace posible Internet, a través de localizaciones físicas, cuestión que revisaremos en la próxima sección acerca de la constitución de los objetos etnográficos.

Si bien hemos caracterizado los grupos de noticias como entornos interactivos y, en esa medida, accesibles a la etnografía, interpretar “textualmente” las contribuciones allí presentes también puede brindarnos interesantes posibilidades de análisis. Atender principalmente esta dimensión textual nos llevaría a centrar nuestra atención en las estrategias para justificar las contribuciones, en la construcción del sentido de autoridad, y en las identidades que desempeñan quienes participan. Vista así, la etnografía requeriría de una instancia de análisis que tenga en cuenta la naturaleza ambivalente del discurso sobre el cual opere. En el análisis del discurso, la realidad que aflora en los textos ha de ser evaluada en sus propios términos,

sin recursos externos o asunciones previas al texto mismo (Potter y Wheterell, 1987; Potter, 1996). Nuevamente, la distinción entre texto e interacción se hace borrosa: el material de análisis del discurso se basa en registros de las interacciones, así como elaboraciones individuales. Está claro que este recurso se concentra en la realidad construida en los textos, lo cual le ha valido serias críticas por no proveer de mecanismos para verificar la validez de sus interpretaciones. Frente a tales críticas, Potter ha replicado que, incluso en el caso de que un análisis sea erróneo, se facilita la fuente original a los lectores y lectoras, de modo que puedan sacar sus propias conclusiones:

En cualquier caso, esta postura democratiza en un sentido muy importante la interacción con la academia, por cuanto el lector no está inevitablemente a expensas de la sensibilidad o la perspicacia del etnógrafo. (1996, pág. 106)

Para fragmentos de texto individuales esto podría funcionar, pero cuando hablamos de un cuerpo complejo de textos o materiales, tal democratización recarga a los lectores y lectoras con un doble trabajo de análisis pues tendrían que considerar la interpretación del investigador además de la propia. Y aunque a menudo suela parecerlo, no siempre se leen textos académicos con el propósito de descubrir que el autor se ha equivocado y sustituir sus interpretaciones por las propias. La accesibilidad a los datos tampoco implica su democratización; estos textos suelen construirse desde determinada posición de autoridad, y ni siquiera los analistas del discurso están eximidos de esto. La aplicación de perspectivas discursivas a textos en Internet, en vez de sustituir la etnografía, bien podría generar una convivencia mutuamente beneficiosa, manteniendo la ambivalencia analítica que conlleva la cuestión de qué es “en realidad” el fenómeno estudiado. Combinando estas dos perspectivas, sin embargo, seguimos siendo incapaces de tratar el problema de la invisibilidad: tanto los interlocutores que prefieren mantenerse en silencio, como los autores potenciales que optan por no escribir, quedan fuera del análisis.

Hammersley y Atkinson (1995) prestan considerablemente más atención a los autores de textos que a sus lectores. Indudablemente, esto se debe en parte a los problemas que conlleva hacer etnográficamente visibles las interpretaciones de los textos. Es mucho más sencillo estudiar el trabajo de los productores que el de los consumidores: los primeros encarnan sus preocupaciones en las tecnologías que producen, trabajo que es totalmente visible y observable, a diferencia de los segundos, usuarios que no necesariamente dejan su marca en la tecnología que emplean. Claramente, y como se suele hacer, un etnógrafo podría intentar hacer visible lo invisible, interrogando a sus sujetos de estudio o explorando escenarios con sus informantes. Para encontrar la visibilidad deseada el investigador tendría que profundizar en las interpretaciones de sus informantes, siempre a riesgo de ser criticado por parcial o sesgado. Una opción ante la invisibilidad etnográfica del trabajo interpretativo o encarnado está en incorporar una comprensión más reflexiva (Cooper *et al.*, 1995). El etnógrafo podría emplear su participación activa en Internet como una herramienta reflexiva de base para una comprensión más profunda del medio. La reflexividad, desde tal propuesta, puede ser una respuesta estratégica al silencio de algunos usuarios de la Red o fisgones. También puede servir para adquirir y analizar las “competencias socializadas” que Hammersley y Atkinson (1995, pág. 174) sugieren que es lo que buscan los etnógrafos. Aprendiendo a utilizar Internet,

y empleándola para llegar al sitio adecuado de extracción de datos, los etnógrafos cuentan con su propia práctica de recolección de datos, como dato en sí mismo. Como sugerimos en el capítulo anterior, si bien el investigador no puede esperar conocer *todas* las prácticas de los usuarios, al menos puede vivir la experiencia y comprender qué implica ser *un* usuario.

Tradicionalmente, se previene a los etnógrafos acerca del peligro de “convertirse en un nativo más”, o de perder la capacidad de escepticismo necesaria para fijarse en aquellos aspectos que sus informantes viven inadvertidamente. Si el etnógrafo termina dando también por obvios esos aspectos, pierde su talante de analista o comentarista cultural. Este tipo de inseguridades, aún firmemente presentes en la versión realista de la etnografía, pueden explicar la renuencia de algunos investigadores a hacer una inmersión total en las prácticas de sus informantes, manteniéndose en una franja que va de la observación a la participación. De ahí, tal vez, que los etnógrafos con frecuencia desarrollen las competencias de sus informantes, de manera limitada, como si fuese garantía de mantener algo de distancia y extrañeza respecto de ellos. Con regularidad, en los períodos para entrenarse y acercarse al conocimiento de los informantes, es imposible que el etnógrafo desarrolle suficientemente sus destrezas sin afectar (e incluso distraer) a sus sujetos de estudio. En el caso de Internet, sin embargo, los obstáculos relativos a las competencias no son tan temibles: un mar de contribuciones existentes entre páginas web y grupos de noticias hace pensar que no puede ser tan difícil dominar las competencias necesarias. Para el etnógrafo, el proceso de hacerse competente en el uso de Internet es una forma de conocer su grado de dificultad y de qué forma se hace más fácil o difícil esta tarea. En lugar de suponer una barrera para el necesario extrañamiento del etnógrafo, la competencia en el uso de Internet adquiere múltiples significaciones. Aprender las habilidades para desenvolverse en Internet puede ser, en efecto, la base de una exploración reflexiva acerca de lo que es utilizar Internet; y también puede ser una forma de desarrollar una lectura enriquecida de las prácticas que sustentan tanto la producción como el uso de artefactos en la Red. Con el cuidado (o escepticismo) apropiado, hay buenas razones para que un etnógrafo adquiera las competencias del internauta. El proceso necesario para dar con sitios adecuados, y con los materiales de trabajo a recopilar, constituyen en sí mismos objetos de estudio etnográfico.

La reflexividad que venimos discutiendo es una aplicación estratégica, un método para interrogar el campo de estudio que podría incluso ser incorporada con relativa comodidad en la perspectiva realista como una manera de dar más autenticidad a las interpretaciones profundas acerca de lo que implica ser miembro de una cultura. Sabemos que el término “reflexividad”, no obstante, está ampliamente cuestionado quizás por ser un concepto de acepciones precisas y, a la vez, significaciones muy dispares entre distintos entornos disciplinarios (Woolgar, 1991b). En algunos contextos, la reflexividad tiene una relación áspera con el realismo. La factualidad y objetividad de las aseveraciones etnográficas, cuando se yuxtaponen con ideas acerca de la construcción social del saber, generan no pocas sospechas. Además, como venimos planteando aquí, la reflexividad no sólo se aplica al trabajo del investigador o el etnógrafo, sino a la metodología como un todo, con lo cual, replantearse cuestiones acerca de la naturaleza construida del conocimiento nos arrastra hacia

una interesante paradoja: el conocimiento etnográfico también puede ser una construcción cultural. Esta aseveración es particularmente obvia justamente para quienes hacen etnografía de la producción de conocimiento, cuyo trabajo –alegan ellos– consiste en describir, objetivamente, cómo las creencias de los científicos acerca de un hecho objetivo son, en realidad, el resultado de un proceso social. Si el conocimiento se interpreta como una construcción social, la etnografía es la que menos posibilidades tiene de ser la excepción, pues la validación de sus aseveraciones, en tanto representación “real” de la realidad, se torna sospechosa.

Para lidiar con esta paradoja se han destacado tres estrategias. La primera de ellas consiste en rehabilitar la comprensión que tienen los propios participantes de su cultura y situarla en el mismo plano que las explicaciones del etnógrafo. Esto supone balancear o mejor dicho reequilibrar la anterior descompensación que daba al etnógrafo la autoridad, por encima de las descripciones nativas. Esto podría requerir cierta sensibilidad de parte del etnógrafo hacia los modos en que sus sujetos de investigación entienden su propia cultura:

Incluyendo y concentrándonos en los modos en que las personas perciben y definen el espacio cultural en que viven, así como el lugar que ocupan en él, estos estudios toman las distinciones entre los puntos de vista externos e internos como procesos de vida que son contingentes con respecto a los contextos concretos en que se producen. (Hastrup y Olwig, 1997, pág. 11)

Esta perspectiva sobre la reflexividad retira los privilegios a las descripciones del etnógrafo, borrando los límites entre las interpretaciones de éstos y las de sus informantes. Ambas siguen siendo diferentes, pero ninguna es particularmente privilegiada.

La segunda opción está en concentrar la atención sobre el etnógrafo e interpretar las perspectivas particulares, historias y puntos de vista que lo llevaron a describir de determinada forma su contexto de investigación. Esta vía implicaría una especial atención sobre la influencia que puedan tener tanto las presuposiciones como las posiciones culturales del etnógrafo sobre la forma de su descripción. En este sentido, la reflexividad opera como un dispositivo sensibilizador, un contrapeso a la tendencia etnográfica a representar “objetivamente” una realidad. Algunos confunden este tipo de reflexividad con indulgencia, un *cul-desac* auto-reflexivo (Moore, 1993, pág. 4) en el que el etnógrafo termina informando al lector más sobre sí mismo que sobre la cultura que se supone que estudia. La reflexividad también puede ser utilizada como estrategia de análisis sensible a buscar las diferencias entre las interpretaciones de los etnógrafos y las de sus sujetos de estudio. Moore reconoce el valor estratégico de las referencias que Walkerdine (1986; 1990) hace de su propia biografía a la hora de comprender una actitud personal y diferenciarla de la reacción de su familia de estudio ante una película que vieron todos juntos. La etnografía, en fin, puede ser un proceso de auto-descubrimiento en el que la reflexividad puede jugar un papel estratégico de desarrollo de la autoconciencia.

La tercera alternativa consiste en incorporar la asimetría que sustenta la autoridad etnográfica al texto como tal. Ante la opción “políticamente correcta” de considerar la importancia de la reflexividad tanto de los miembros de la cultura en estudio como del etnógrafo, algunos

investigadores han preferido una perspectiva más “epistemológicamente correcta” para la etnografía. En el ámbito teórico que defiende la naturaleza social de la producción del conocimiento, cuyas fuerzas se deben en buena medida a etnografías elaboradas en laboratorios científicos (Potter, 1996), algunos han afrontado el desafío y se han propuesto superarlo desde sus propias prácticas. La “corrección epistemológica” pasa por admitir la naturaleza construida de las descripciones, lo cual ha abierto el camino a una serie de perspectivas de representación de etnografías que buscan establecer un diálogo con sus lectores desde su realidad construida y contingente (Woolgar, 1991b). Reconociendo que “escribir” es un acto constructivo y no un reflejo directo de la realidad experimentada, Denzin (1991b) ha indicado una variedad de nuevas maneras de escribir etnografías.

Las tres posturas anteriormente descritas, aunque se asocian a diferentes compromisos políticos e historias disciplinarias, no son mutuamente excluyentes. No se puede decir que con ellas se agote toda posibilidad de transformación creativa del proyecto etnográfico, una vez abandonado el camino del realismo. De hecho, los etnógrafos, más recientemente, han comenzado a explorar las posibilidades que brindan los hipertextos y el multimedia para extender el acceso a materiales de trabajo y facilitar a los lectores el desarrollo de narrativas propias empleando esos materiales (Dicks y Mason, 1998; Snack, 1998). La etnografía que se presenta en este libro sigue preservando un estilo bastante convencional: mi experiencia me ha llevado a querer decir algunas cosas, sin querer mostrar una “realidad verdadera”, ni censurar aquellos aspectos que puedan afirmarse desde una postura realista. En parte, esto se debe al escepticismo que he asumido ante la existencia de nuevas representaciones en la etnografía (Traweek, 1992), pues no tengo claro que esas formas de entender la etnografía no se solapen con las posibles interpretaciones de mi trabajo. Marcus y Cushman (1982) han identificado seis posibles lecturas de la etnografía: la de los especialistas, la de la antropología general, la de científicos sociales que no sean antropólogos, la de estudiantes, la de lectores orientados a la acción, y la popular. Quienes leen este libro pueden pertenecer a cualquiera de esas audiencias, siempre que se reemplace el área de especialidad antropológica por una nueva categoría de especialista en el ciberespacio. Los modos de representación pueden ser opciones estratégicas, que dependen de la postura asumida por quien lea (sin olvidar que el texto etnográfico se construye por el lector o la lectora). Aquí, he adoptado las ideas de Hammersley, en tanto:

La forma de describir un objeto dependerá no sólo de las decisiones acerca de lo que creamos cierto, sino también de los juicios de relevancia que hagamos. Y estos últimos dependen, a su vez, de los propósitos de la descripción. (1990, pág. 609)

Las formas de escribir, así como las estrategias de familiarización o distanciamiento, dependen de lo que asumamos como familiar o extraño para la audiencia; y estos serán aspectos irremediamente selectivos (Rosaldo, 1989). Esta postura sugiere una aproximación que explícitamente reconoce la necesaria selectividad de toda descripción y su carácter construido, y deja claro que este es el tipo de descripción que yo he elegido ofrecer, teniendo en cuenta el contexto de las cuestiones que a mi me han parecido importantes. La etnografía que presentaré en los próximos tres capítulos no es ni “verdad” ni “ficción”; es la descripción de un campo de interacciones sociales construido etnográficamente. El hecho que

sea una etnografía y no cualquier otra representación de lo real no implica que sea menos sincera, por más que la sinceridad haya dejado de tener importancia en nuestros alegres tiempos postmodernos. Lo importante es contemplar en el análisis las circunstancias que nos llevan a contar esta historia, acerca de este objeto, tal y como acontece en sus propios tiempos y formas. Como dice Woolgar:

En resumen, necesitamos interrogarnos permanentemente y dar con el extraño proceso de representación mientras lo vivimos. Este tipo de reflexividad es el verdadero etnógrafo del texto (1991b, pág. 28).

Una manera de abordar esta cuestión ha consistido en comparar mis propias prácticas interpretativas y representacionales con las de mis informantes. Otra forma de dar cuenta de cómo alcanzamos una historia etnográfica particular es observando los modos en que el objeto etnográfico se constituye. Mientras los etnógrafos del pasado, o de otros entornos, pudieron contar con contextos delimitados de observación y acción, el concepto de trabajo de campo en Internet ya no es tan claro. En la próxima sección analizaremos las oportunidades que esto presenta.

### **La constitución del objeto etnográfico**

El énfasis tradicional de la etnografía en el trabajo de campo en lugares remotos y claramente delimitados tiene algunas implicaciones importantes en la constitución del objeto etnográfico. Efectivamente, los objetos que se producen y estudian etnográficamente, sus comunidades y sociedades, han sido extensamente interpretados en términos espaciales (Clifford, 1992). Si bien los etnógrafos han sido siempre profundamente sensibles a las influencias de contactos externos, sus trabajos de campo enfatizan una noción de cultura como algo local, una “unidad manejable”, esculpida dentro de los límites de aquello que es “en sí mismo evidente” dentro del contexto en que ésta existe (1992, pág. 98). Lo mismo pasa con proyectos más sustantivamente fundamentados, de los cuales se ha ocupado con más frecuencia la sociología. Silverman (1993) utiliza los trabajos de Gubrium y Holstein para mostrar que, mientras pensamos en el hogar como un lugar idóneo para el trabajo de campo sobre las relaciones familiares, existen múltiples espacios donde tales relaciones toman forma, tales como programas de televisión, juzgados o foros sobre políticas públicas. La elección de sitios de observación, por lo general, se basa en el sentido común sobre aquellos fenómenos que nos proponemos explorar, y está intrínsecamente ligada a nuestras ideas sobre el lugar donde suponemos que estos acontecen, ya sea la actividad de corte técnico en el caso de la programación de un *software*, o más científico como sería trabajo experimental (Low y Woolgar, 1993; Knorr-Cetina, 1992).

La tendencia a considerar el campo como un lugar para incursionar refuerza la idea de que la cultura es algo que existe dentro de los límites de un espacio físico dado. Esta idea se exagera desde las raíces mismas de la antropología, sus estudios sobre comunidades aisladas y su práctica continua de focalizarse en regiones geográficas. La idea misma de “campo”, que evoca aquel lugar en el que el etnógrafo se introduce para luego retornar, atribuye implícitamente al investigador la función de “vínculo” entre dos universos, dos culturas

separadas, un “nosotros” y un “ellos” (Ferguson, 1997). De esta manera, el mundo visto a través de los ojos de la etnografía, se convierte en un “mosaico de culturas distintas y únicas” (Hastrup y Olwig, 1997, pág. 12). Desde posiciones más cercanas a la sociología, el objeto etnográfico puede definirse de una forma más sustantiva: la escuela, una esquina de calle, el quirófano médico, el laboratorio. Este objeto, no obstante, sigue atado a su locación física y mantiene el propósito de describir la vida que allí acontece. Cuando se aplican estrategias etnográficas dentro de la sociología cobra vida una investigación sustantiva cuyas fronteras físicas o institucionales están delimitadas por el interés etnográfico (Hammersley, 1990).

Con la creciente saturación mediática a nivel mundial y el aumento de la inmigración, la antropología se viene preocupando cada vez más por revisar la noción de cultura en tanto instancia delimitada en el espacio (Clifford, 1992). Cada vez más, las culturas parecen estar relacionadas, conscientes unas de otras, y conectadas a través de la movilidad física tanto de personas como de cosas (Appadurai, 1996; Gupta y Ferguson, 1992; Marcus, 1995). Es más, áreas enteras de la antropología, los estudios culturales, la sociología y la geografía se han “saturado del vocabulario de la movilidad” (Thrift, 1996a, pág. 297). Este nuevo acento brinda a los etnógrafos la oportunidad de explotar esa conciencia reflexiva, producto de la inter-visibilidad de las diferentes localizaciones culturales. Hoy, el balance de la autoridad en las descripciones etnográficas ha cambiado sutilmente porque es más difícil creer que el etnógrafo/viajero tenga privilegios únicos gracias a su habilidad para ver a través de diferentes entornos culturales.

En el actual mundo postcolonial, la noción de una cultura auténtica como un universo autónomo e internamente coherente, ya no se mantiene en pie, salvo tal vez como una “ficción útil” o una simple pero conveniente distorsión. Viéndolo en retrospectiva, pareciera que sólo un esfuerzo disciplinario concertado es capaz de mantener la débil fantasía de una cultura auto-contenida. Con la creciente interdependencia global, está cada vez más claro que ni el “nosotros” ni el “ellos” cuentan con la homogeneidad ni la claridad de límites que tuvieron en el pasado (Rosaldo, 1989, pág. 217).

Si bien los avances teóricos no siempre se han visto acompañados por cambios de orientación metodológica (Hastrup y Olwig, 1997), recientemente ha habido esfuerzos considerables por lidiar con las implicaciones de la conectividad y las interrelaciones como algo necesario para el estudio etnográfico. La preocupación por los fenómenos *trans-locales* en la etnografía ha sido particularmente notable en los estudios de la ciencia y la tecnología (Franklin, 1995) así como en los estudios culturales y de los medios (Radway, 1988). De ahí han surgido dos respuestas diferentes (aunque relacionadas entre sí) al tema de la interconectividad cultural. Una consiste en buscar nociones más ricas, profundas y holísticas de articulación de fragmentos culturales en localizaciones particulares (Radway, 1988; Abu-Lughod, 1997; Hirsche, 1988). Basándose en los principios de los estudios de producción y consumo mediáticos, estos autores cuestionan las nociones particulares de “audiencia” que emergen de los estudios de recepción de un texto o de una tecnología mediática concreta. En su argumento, tales estudios no consideran los múltiples discursos, identidades y localizaciones que envuelven esas “audiencia” o esos “consumidores”. Ahora, buscar una visión más holística también comporta algunas dificultades, y es en cierto modo difícil concordar con autores como Ang (1996), que sugieren que el mejor camino para ir más allá en los estudios de recepción es entregarse a la parcialidad que los caracteriza (en varios sentidos). La sola idea de un estudio

holístico, en un contexto dado, es una ficción disciplinaria incapaz de reconocer la inevitable parcialidad y selectividad de cualquier descripción etnográfica (Hammersley, 1990; Stanley, 1990). Y es que, de hecho, es imposible dar cuenta de la interconectividad en su totalidad: ¿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?

Como una estrategia, y dejando de lado las aspiraciones desmedidas de una descripción holística, una aproximación multi-dimensional podría tener su atractivo, indudablemente, para el estudio de instancias como Internet. Un complemento útil para el estudio del universo *online*, que trata Internet como una esfera cultural separada, sería el análisis de los contextos de relaciones sociales *offline* o *presenciales* en los que ésta se articula y transforma. Con ello, se lograría una explicación mucho más rica sobre los usos de Internet y los modos en que las relaciones locales conforman su uso en tanto tecnología y, también, como contexto cultural. Podríamos considerar cómo los entornos domésticos y laborales se han transformado gracias al ingreso de un nuevo contexto, provisto por Internet, así como la influencia de las preocupaciones locales en la transformación de ese contexto. Podríamos, hasta cierto punto, estudiar la interrelación entre diferentes nociones de contexto, provistas tanto por el entorno local como por Internet. Trasladar el centro de estudio de Internet a entornos presenciales, en vez de quedarse en los universos *online*, podría ser una opción estratégica de beneficios claros y cuantiosos. Sin embargo, resulta difícil ver en qué medida este abordaje podría dar algo más que una impresión general sobre la espacialidad de Internet, así como de los modos en que las relaciones dentro de ella se organizan por las interacciones y construcciones de sitios separados. Dar preeminencia a la locación geográfica terminará siempre interpretando Internet como una tecnología y dejando de lado sus características en tanto contexto cultural. Para nuestros propósitos es necesario abandonar las pretensiones holísticas y dedicarnos a esta conectividad como principio organizador. Detrás de esta propuesta subyace el intento por permanecer agnósticos acerca de cuál será el sitio más adecuado para la exploración de Internet.

Han sido notables los esfuerzos de Olwig y Hastrup (1997) y de Marcus (1995) por romper la dependencia que liga la etnografía a lugares bien delimitados, proponiendo centrarse en la conectividad en vez de en el holismo. Los primeros sugieren que se necesita una nueva sensibilidad ante las formas a través de las cuales se constituye y se hace practicable el espacio. 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. La sensibilidad etnográfica se abocaría hacia comprender cómo determinados lugares cobran sentido y visibilidad. Desde esta perspectiva, la etnografía se definiría por el seguimiento de estas conexiones, más que por la estancia en determinado lugar durante un periodo de tiempo. Por su parte, Marcus sugiere que la etnografía podría (y talvez debería) darse a la tarea de “examinar la circulación de significados culturales, objetos e identidades en un tiempo-espacio difuso” (1995, pág. 96). Ante la ausencia de espacios delimitados, este autor identifica una serie de estrategias para que los etnógrafos construyan sus campos de trabajo, dentro de las cuales se

incluyen el seguimiento de personas, cosas, metáforas, narrativas, biografías y conflictos. Tal heterogeneidad de conceptos hace pensar que la tarea no es nada fácil y que, el etnógrafo que siga los consejos de Marcus tendrá que someterse a la cruel incertidumbre de nunca saber cuándo se está en el campo. Entre los problemas que él mismo reconoce acerca de una etnografía multi-situada está la posibilidad de que el resultado se diluya entre las angustias de perder todo compromiso con el campo, algo que quebraría sin reparo cualquier estudio de este tipo. En todo caso, el nivel de implicación personal adquirido con una inmersión prolongada en un lugar concreto quedaría parcialmente a salvo, gracias a la capacidad del etnógrafo para moverse por un panorama tan heterogéneo y a los vínculos diferenciales que ello posibilitaría y requeriría. Puede hallarse ejemplos de este tipo de sensibilidad en el trabajo de Martin (1994) acerca del concepto de *sistema inmune*, y en el trazado etnográfico que hace Heath (1998) de las transformaciones del síndrome de Marfan entre múltiples localidades y articulaciones. Ambos estudios fueron explícitamente multi-situados, descritos como exploraciones “en más de un lugar”, y enfocadas fundamentalmente en las conexiones y transformaciones. Los dos trabajos muestran cómo los conocimientos situados, en tanto procesos de recombinación y rearticulación en función de la movilidad, tienen relaciones complejas y a veces impredecibles.

Con extrema frecuencia, una vez en el campo, tendemos a investigar cómo las cosas se constituyen en tanto partes de una unidad cultural. Nos centramos en lo local, lo contextual, lo interrelacionado y coherente. La descripción etnográfica, en sí misma, tiende a hacer del campo un espacio homogéneo (Friedman, 1997), y es posible que atendiendo así a estos sitios, locales o lugares, dejemos fuera otras maneras de comprender la cultura desde sus conexiones, su heterogeneidad, su diferencia e inclusive su incoherencia. Con ello perderíamos la oportunidad de considerar el peso que tiene el espacio en la estructuración de relaciones sociales (Thrift, 1996a). Como ha señalado Castells (1996a; 1996b; 1997) una nueva forma de espacio adquiere cada vez mayor importancia en la estructuración de estas relaciones. Se trata del espacio como una instancia de flujos que, a diferencia del espacio en tanto lugar, se organiza alrededor de la conexión y no sobre la localización; flujos de personas, de información o de dinero, que circulan entre nodos que, a su vez, conforman una red de asociaciones cada vez más independientes de la ubicación local. El concepto de espacio de flujos será revisado en el capítulo V. Conformémonos por ahora con sugerir que la organización de las relaciones sociales no necesariamente tiene que basarse en el contexto local; al menos no de forma directa ni obvia. Por analogía, el campo de la etnografía podría convertirse en el estudio de espacios de flujos, y estructurarse alrededor de las conexiones más que sobre lugares concretos y delimitados.

El surgimiento de la etnografía multi-situada, concebida como una exploración por medio de la experiencia interactiva y comprometida de la conectividad, comporta interesantes innovaciones para el estudio de Internet, ofreciéndonos la posibilidad de diseñar estudios de los enlaces, tan comunes dentro del ciberespacio y a su alrededor, sin obligarnos a preconcebir una noción determinada de “enlace”. Ya en el capítulo II discutimos qué tan sólidas son las descripciones de Internet como cultura, basadas en contextos sociales

delimitados como grupos de noticias y dominios multi-usuario. Sugerimos que sustentar la etnografía estrictamente en los límites aparentemente indiscutibles de estos espacios, podría costar el sacrificio de ciertos potenciales de la metodología, expresamente en lo referente a su capacidad para investigar, precisamente, cómo se delimitan estos espacios sociales y qué rol juegan las interacciones entre diferentes sitios. Así, 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. Puede parecer, sin embargo, que con esto minimicemos la importancia de las conexiones en el universo *offline* o físico. Las nociones des-espacializadas de comunidad no garantizan, por sí solas, una adecuada consideración de la complejidad de las conexiones que posibilitan las nuevas tecnologías. Para ello, necesitaríamos cambiar el enfoque de los límites (estáticos, localizados) a las redes y conexiones (Strathern, 1996). Atendiendo a las sugerencias de Strathern, el etnógrafo podría seguir las conexiones prestando atención a los modos en que, estando todas ellas disponibles en teoría, encuentran límites en la práctica, auto-restringiéndose lo que sería una red de extensión infinita. El hecho de que el universo *online* esté separado del *offline*, de una u otra manera, es parte intrínseca de la etnografía; no una presuposición. La etnografía conectiva vuelca su atención del “estar ahí” al “llegar ahí” (Clifford, 1992). Podemos observar lo que hacen las personas en sus páginas web y en los mensajes que envían a sus grupos de noticias, y preguntar: ¿qué significado tiene para ellas ese espacio transversal, y qué se logra con él? Dejar atrás la frontera entre lo *offline* y lo *online*, como primera barrera del análisis, nos permitiría jugar un rol que atravesará (creará y sostendrá) las formas en que las conexiones se ensamblan.

Este enfoque conectivo no implica asumir que no existan espacios delimitados en Internet, ni que “estar ahí” pierda toda relevancia. Como apuntan Clifford (1992) y Featherstone (1995), prestar especial atención al viaje no implica asumir que todas las personas sean viajeras ni que desaparezcan quienes pertenecen a un lugar. Se trata más bien de preservar, en el marco de esta etnografía conectiva, cierto grado de escepticismo acerca de la existencia “real” de lugares y categorías. En vez de catalogar las características de la comunicación por Internet, el etnógrafo virtual no se pregunta qué es Internet sino cuándo, dónde y cómo es (Moerman, 1974). En efecto, esta perspectiva podría ser de utilidad para otros enfoques más basados en el espacio físico. El *World Wide Web*, como la conglomeración de sitios culturales interconectados, y de conexiones culturales, podría servir de modelo para este nuevo modo de dirigir la mirada etnográfica al campo. De ahí no se sigue, necesariamente, que navegar la web sea equivalente de compromiso etnográfico, aunque hacer seguimiento a los enlaces hipertextuales pueda ser parte de una estrategia. La conectividad adquiere forma entre los materiales e imágenes que facilitan otros sitios y medios, autores y lectores de sitios, las representaciones de Internet en otros medios, y una miríada de formas por conocer. La conexión podría también hacer las veces de yuxtaposición de elementos en una narrativa: la organización de páginas que producen los buscadores, o la serie de hipervínculos de una página web como instancia de comunicación entre dos o más personas. El propósito de la etnografía se convertiría, entonces, en explorar lo que son esos vínculos, cómo se constituyen y qué transformaciones provocan *en la ruta*, cual si fuesen una bola de nieve (Bijker, 1995), sensible a su misma heterogeneidad. Cada botón de enlace invita al etnógrafo a seguir

adelante, lo cual implicaría un compromiso activo con la exploración y la interacción, en vez de con aquel análisis textual que aún depende de cierta dosis de distanciamiento.

Aceptar una noción multi-situada o conectiva de la etnografía abre muchos caminos diferentes al diseño y conducción de proyectos de investigación. Las alternativas y movimientos pueden lograrse sobre la base de decisiones a veces arbitrarias, que dictan la forma y los límites del objeto etnográfico resultante. Del amplio espectro de sitios y fuentes de estudio de Internet a los que se accede, se confía más en aquellos intuitivamente más relevantes. Un primer intento por catalogar sitios en los que Internet se constituye e interpreta, resultaría en la siguiente lista (no exhaustiva):

- Páginas web
- Descripciones de páginas web
- Instrucciones sobre cómo crear páginas web
- Programas de ayuda para la creación de páginas web
- Revistas de páginas web
- Informes mediáticos sobre eventos en Internet
- Revistas y suplementos dedicados a Internet
- Descripciones ficcionalizadas de tecnologías relativas a Internet
- Lugares de venta de ordenadores
- Desarrolladores de *software*
- Bolsas de valores
- Grupos de noticias
- Dominios multi-usuario (MUD)
- *Chats* (IRC)
- Videoconferencias
- Descripciones de las características y propósitos de grupos de noticias
- Materiales de introducción y publicidad de proveedores de servicios de Internet

- Buscadores y portales de enlace en Internet
- Hogares y espacios de trabajo donde Internet se emplea, así como las prácticas que rodean su uso
- Cursos de informática
- Conversaciones entre amigos, familias y colegas
- Estudios académicos sobre Internet, como este.

Frente a semejante listado, la empresa de entender Internet holísticamente, como un todo, resulta cuando menos errática. Por más intensamente que trabaje quien se embarque en ella, estará destinado a tener siempre una experiencia parcial (Thornton, 1988). El reto que veremos en el próximo capítulo consiste en incorporar tantos de estos sitios y fuentes como sea practicable, preservando en todo momento la coherencia, acaso explícitamente parcial, de un acercamiento etnográfico. Contaremos la historia de un viaje a través del cual Internet adquirió una forma, siguiendo las conexiones motivadas por los problemas prefigurados que vimos en el capítulo I.

## **Los principios de la etnografía virtual**

En este capítulo y el anterior se ha revisado la literatura sobre la metodología etnográfica. He considerado necesario este recuento para desarrollar una perspectiva de abordaje de Internet que contemple la complejidad que ofrece esta forma mediada de interacción. En los próximos tres capítulos intentaré echar luz sobre las conclusiones alcanzadas en esta revisión bibliográfica a través de la descripción de un proyecto diseñado para ponerlas en práctica. Sería valioso, antes, reiterar los principios de la etnografía virtual que fundamentan el experimento que pasaremos a describir.

1) La presencia sostenida del etnógrafo en su campo de estudio, combinada con un compromiso profundo con la vida cotidiana de los habitantes de ese campo, dan pie a ese tipo de conocimiento especial que llamamos etnográfico. El investigador es capaz de utilizar sus interacciones a lo largo del tiempo para “reducir la extrañeza” (Geertz, 1993, pág. 16) que puedan ocasionarle las formas de vida de otras personas. A la vez, la etnografía puede ser un dispositivo para inducir esa misma sensación de extrañamiento al “dislocar el sentido de familiaridad que esconde el misterio de nuestras habilidades para relacionarnos perceptivamente entre las personas” (Geertz, 1993, pág. 14). Así, la etnografía virtual funciona como un módulo que problematiza el uso de Internet: en vez de ser inherentemente sensible, el universo WWW adquiere sensibilidad en su uso. El estatus de la Red como forma de comunicación, como objeto dentro de la vida de las personas y como lugar de establecimiento de comunidades, pervive a través de los usos, interpretados y reinterpretados, que se hacen de ella.

2) Los medios interactivos nos desafían y nos dan la oportunidad de hacer etnografía, pues sacan a relucir la cuestión relativa al “sitio de interacción”. El ciberespacio no necesariamente tiene que ser visto como un lugar apartado de cualquier conexión con la “vida real” o de la interacción cara a cara. Internet se conecta de formas complejas con los entornos físicos que facilitan su acceso, a la vez que depende de tecnologías que son empleadas de modos particulares según contextos determinados, y que son adquiridas, aprendidas, interpretadas e incorporadas en sus espacios de ocurrencia. Estas tecnologías muestran un alto grado de flexibilidad interpretativa. Los medios interactivos como Internet, pueden entenderse de ambos modos: como cultura y como artefactos culturales. Concentrarse en cualquiera de estos aspectos a expensas del otro conllevará siempre una visión pobre del problema.

3) El crecimiento de las interacciones mediadas nos invita a reconsiderar la idea de una etnografía ligada a algún lugar en concreto o, inclusive, a múltiples espacios a la vez. Estudiar la conformación y reconfiguración del espacio, a través de interacciones mediadas, representa en sí una gran oportunidad para la perspectiva etnográfica. Más que multi-situada, podríamos pensar convenientemente en la etnografía de la interacción mediada como fluida, dinámica y móvil.

4) Como consecuencia de lo anterior es necesario replantear el concepto de campo de estudio. Si la cultura y la comunidad no son productos directos de un lugar físico, entonces la etnografía tampoco tiene por qué serlo. El objeto de investigación etnográfica puede reformularse, convenientemente, para centrarse en los flujos y las conexiones en vez de en las localidades y los límites como principios organizadores.

5) Los límites no son asunciones *a priori*, sino que se exploran en el curso de la etnografía. El reto de la etnografía virtual consiste en examinar cómo se configuran los límites y las conexiones, especialmente, entre lo “virtual” y lo “real”. Este problema arrastra consigo la cuestión de saber cuándo detenerse, o hasta dónde llegar. Abandonar por motivos analíticos la noción de etnografía (y/o de cultura) como situada entre fronteras naturales hace posible dejar atrás la idea de una etnografía total de un objeto dado. Detener el proceso de incursión etnográfico es una decisión pragmática. El mismo objeto estudiado puede reformularse con cada decisión, sea esta la de establecer una nueva conexión o de revisar los pasos que nos han conducido hasta un punto concreto de desarrollo. El objeto etnográfico está delimitado, en la práctica, por los límites del etnógrafo en términos de tiempo, espacio o ingenuidad.

6) Junto a la dislocación espacial viene la temporal. La implicación personal con contextos mediados se entremezcla con interacciones en otras esferas y otros medios. La etnografía virtual es un intersticio en el sentido de que convive entre varias actividades, tanto del investigador como de los participantes del estudio. Y la inmersión en el contexto se logra apenas intermitentemente.

7) La etnografía virtual es irremediablemente parcial. Una descripción holística de cualquier informante, locación o cultura es algo imposible de lograr, por lo que la noción del informante, lugar o cultura preexistente, enteramente aislable y descriptible, tiene que quedar atrás.

Nuestras descripciones pueden basarse en ideas de relevancia estratégica para el análisis y no en representaciones fieles a realidades dadas por objetivas.

8) La etnografía virtual implica una intensa inmersión personal en la interacción mediada. Este tipo de implicación adhiere una nueva dimensión a la exploración del uso de un medio en su contexto. El compromiso del etnógrafo con el medio constituye una valiosa fuente de reflexión. La etnografía virtual puede extraer información útil del investigador en tanto informante, desde una dimensión reflexiva. La conformación de interacciones con informantes a través de la tecnología es parte del trabajo etnográfico, como lo son las interacciones entre el etnógrafo y la tecnología.

9) Las nuevas tecnologías de la interacción permiten que los informantes aparezcan dentro de la etnografía y a la vez, que estén ausentes. Del mismo modo, el etnógrafo puede estar ausente o presente junto a sus informantes. La tecnología facilita que estas relaciones puedan desplazarse o sostenerse a través de diferentes divisiones espaciales y temporales. Todas las formas de interacción son etnográficamente válidas, no sólo las que implican una relación cara a cara. La conformación de un objeto etnográfico, en tanto esté posibilitada por tecnologías accesibles, es la etnografía *en lo virtual, de lo virtual, y a través de lo virtual*.

10) Esta etnografía no sólo es virtual en el sentido de carecer de cuerpo físico. La idea de virtualidad también lleva la connotación de “casi” pero no del todo, muy adecuada para propósitos prácticos, aunque no sea estrictamente la realidad (cabe notar que esta definición de virtualidad a veces es dejada de lado por alternativas más de moda). La etnografía virtual se adapta al propósito, práctico y real, de explorar las relaciones en las interacciones mediadas, aunque no sean “cosas reales” en términos puristas. Es una etnografía adaptable según las condiciones en que se encuentre.

Los principios que van del 1 al 9, deberían ser fácilmente aceptables a partir de la lectura del presente capítulo y el anterior, o como derivados de las tendencias etnográficas allí discutidas. El principio 10, en cambio, probablemente necesite de mayor explicación. La etnografía ha sido siempre amoldable a las condiciones en las que se practique y puede que de allí venga la típica renuencia de los etnógrafos a dar consejos a quienes inician un trabajo de campo. No hay una estructura de reglas que seguir para llevar a cabo una etnografía perfecta; ni siquiera definir los componentes fundamentales de la aproximación etnográfica sirve de mucha ayuda. El punto de enfoque de la etnografía, a la hora de estudiar una cultura, requiere de adaptabilidad y de la posibilidad de cuestionar preconcepciones iniciales. Para adaptar la metodología a las circunstancias de la virtualidad, están los principios que van del 1 al 9.

Parecería que estamos frente a una contradicción, pues el principio 10 podría ser capaz de echar por tierra todos los anteriores. Ciertamente, la adaptación y adecuación permanente a los propósitos de una investigación puede implicar adoptar principios en sí problemáticos. Existe aquí un cambio temporal. La mayoría de los lectores de etnografías reconocerán el resultado de esos trabajos como construcciones posteriores a los eventos que describen; si bien puede haber una superposición de eventos y tareas, éstas transcurren principalmente

dentro de un proceso lineal de planificación, recolección de datos, análisis y redacción. Esta última parte de escritura, en raras ocasiones refleja esa secuencia de eventos; en efecto, las consideraciones metodológicas que surgieron durante la fase de recolección de datos pueden quedar, en la redacción, como precedentes e incluso justificantes de las decisiones adoptadas. Este texto no es diferente en cuanto a las libertades que se toma con respecto a esta secuencia temporal. Los principios metodológicos aquí detallados surgieron a través del desarrollo de la etnografía que presento a continuación, a medida que se me iba clarificando la imagen de lo que debería ser una etnografía adaptada al contexto de Internet. En este sentido, el principio 10, aunque último en número, resulta fundamental para el resto. Es más, los hace posibles. Lo que mantiene la etnografía viva en contexto y relevancia es justamente su adaptación y permanente auto-interrogación. Después de todo, si estamos suficientemente de acuerdo en que las tecnologías son apropiadas e interpretadas de formas diferentes según los contextos en que son empleadas, ¿por qué la etnografía iba a permanecer inalterable ante sus contextos de aplicación? Sería paradójico que fuese más rígida que las mismas tecnologías que intenta examinar. En el próximo capítulo describiré el proyecto etnográfico que da sustento a este libro a través de un estudio de caso y retornaré sobre algunas de las decisiones que fundamentan los principios aquí listados.

## Capítulo IV La producción de una etnografía virtual

### El caso de Louise Woodward

Siguiendo los principios de la etnografía virtual planteados en el capítulo III, el objeto de estudio es un tópico, no un lugar. Se trata un evento mediático que captó gran atención tanto en los Estados Unidos como en Inglaterra, que también tuvo algo de cobertura en otras partes del mundo, y acerca del cual se produjo una inmensa cantidad de actividad en Internet, la cual contempló usos innovadores a lo largo del caso y encontró también una amplia divulgación entre los medios. Todos estos fenómenos marcaron el estatus de Internet como cultura y como objeto cultural contribuyendo a la reflexión sobre su constitución; todo lo cual ofrece un escenario idóneo para analizar más sistemáticamente lo que puede significar. El caso de exploración elegido fue el de Louise Woodward, una adolescente inglesa *au pair* que trabajaba como niñera y que fue juzgada en Boston por el asesinato de un bebé que estaba bajo su cuidado. Cabe señalar aquí que no es nuestro propósito buscar una explicación definitiva al caso de Louise. El libro no trata de ella ni profundizará mayormente en su presentación, sus evidencias o resultados. La intención es, más bien, utilizar una serie de reacciones en Internet en relación a este caso como un espacio para explorar algunos de los sentidos que fue adquiriendo Internet durante ese período. Pero para ello necesito en primer lugar presentar los datos fundamentales del caso, para examinar varios contextos dentro de los que surgieron representaciones mediáticas y virtuales; representaciones que, a la postre, tuvieron influencia sobre el desenlace del juicio.

Matthew Eappen, de ocho meses de edad, hijo de Deborah y Sunil Eappen, murió el 9 de febrero de 1997 a causa de una hemorragia cerebral. Se le diagnosticó el “síndrome del bebé sacudido”, lo cual sugería que alguien lo había tratado con la suficiente violencia como para causarle un daño cerebral irreversible. Los Eappen, una familia estadounidense residente del área de Boston, habían empleado a Louise Woodward, de 18 años, como *au pair* que cuidara de sus dos hijos durante periodos de tiempo prolongados. Louise, inglesa y proveniente de un pequeño pueblo llamado Elton, Cheshire, fue detenida, interrogada poco después del ingreso del niño en el hospital y, tras su muerte, fue acusada de asesinato.

El juicio se abrió en octubre del 1997, con un intenso interés mediático tanto en Estados Unidos como en el Reino Unido. El juicio oral fue transmitido por canales de cable y satélite, con una enorme cobertura en boletines de noticias y periódicos, a lo largo de todo el procedimiento. Lo que inicialmente parecía una acusación sólida y poco complicada, terminó cuestionada tanto por la defensa como por nuevas interpretaciones médicas acerca de la causa de muerte de Matthew. En su momento, Deborah Eappen apareció en las pantallas de televisión para decir que Louise era culpable y que debía ser condenada a cadena perpetua. Al final de su deliberación, el 30 de octubre de 1997, el jurado declaró a Louise “culpable” pero, a partir de ahí, las cosas tomaron un giro inusual: por petición de los abogados defensores, el juez consideraría aceptar o impugnar el veredicto según su criterio (una opción que permite la ley de Boston). El juez anunció, además, que daría a conocer su decisión final por Internet, en

vez de proceder por los caminos tradicionales de distribuir a la prensa fotocopias de la sentencia, lo cual fue extensamente discutido en radio, televisión, prensa e Internet. Inicialmente, [www.lawyersweekly.com](http://www.lawyersweekly.com) fue el sitio seleccionado para publicar el fallo definitivo, pero en vista de que no podría soportar el intenso tráfico que esto generaría, se abrieron otros sitios “espejo” para que hiciesen accesible la información sobre la decisión final. Las empresas mediáticas compitieron ferozmente por el derecho a publicar cuanto antes la primicia, ansiosas por no ser excluidas o verse obligadas a esperar para conocer el veredicto, junto al resto del mundo, a través de Internet. También hubo debates sobre sistemas de seguridad que garantizaran a las agencias de noticias la verificación de autenticidad del veredicto, para evitar falsificaciones o bromas. Tras varias falsas alarmas, el 10 de noviembre de 1997, el juez publicó su veredicto en Internet. Debido a una serie de problemas para conseguir publicar el fallo en Internet, el público terminó enterándose primero por radio o televisión, de que el juez, Hillier Zobel, había impugnado el veredicto, cambiándolo por “homicidio involuntario” y modificando la sentencia a 279 días de cárcel, el tiempo que Louise ya había cumplido. Finalmente, la acusada quedó en libertad, aunque fue obligada a permanecer en el estado a la espera de alguna apelación –que llegó pronto pero sin éxito– sobre el dictamen del juez. Louise regresó a Inglaterra el 18 de junio de 1998; a Elton, Cheshire, para luego ir a estudiar derecho en una universidad británica.

### ***Internet como cultura***

Durante el juicio y su intensa cobertura mediática, el número de sitios web relacionados con el caso creció exponencialmente. Cuando el juez anunció que haría público su veredicto en un sitio de Internet, el interés por la Red como un espacio para informarse y opinar sobre el caso de Louise, aumentó todavía más. A modo de ilustración, entre el 5 y el 11 de noviembre, el impacto de búsqueda de páginas web dedicadas a “Louise Woodward”, en [www.infoseek.com](http://www.infoseek.com), pasó de 165 a 707. Allí, se podían distinguir páginas de muy diferentes tipos, además de las de agencias de noticias, que también reproducían sus contenidos por toda clase de medios. Los sitios web de apoyo a Louise, de creación aparentemente individual, eran especialmente prominentes. En ellos se expresaba preocupación, se indicaban errores en el desarrollo del caso y se solicitaba apoyo para Louise, tanto *online* como *offline*. Con el tiempo, estos sitios de apoyo fueron enlazándose unos con otros y, especialmente, con el *Sitio oficial de campaña de justicia para Louise Woodward* (“*The Official Louise Woodward Campaign for Justice Site*”), el cual, a propósito, era ampliamente recomendado a todo aquel que quisiera informarse sobre el caso. Además de los sitios de apoyo, surgieron otras páginas de corte más imparcial e informativo que ofrecían acceso a las pruebas y a los testimonios por medio de archivos de sonido y video clips donde se registraba lo que ocurría dentro de los tribunales. También hubo sitios que hacían la veces de plataformas para la opinión pública, ofreciendo a sus visitantes la oportunidad de participar en encuestas *online* sobre la culpabilidad o inocencia de Louise. Se crearon foros de discusión o registros de visitantes para quienes desearan expresar su opinión. Finalmente, hubo también oportunistas que aprovecharon el gran atractivo del caso y el impacto de búsqueda con el único propósito de subir posiciones en las listas de búsqueda.

Los grupos de noticias y demás tipos de listas de discusión también mostraron altos niveles de interés por el caso. Algunas listas se estructuraron con el propósito principal de proveer un espacio para este debate. Muchos de los contribuyentes eran asiduos y participaban en largos y enérgicos debates sobre los detalles de las pruebas, los antecedentes legales y culturales y las conductas tanto de los Eappen como de Louise. En algunos grupos de noticias, discusiones aparentemente poco relacionadas con el caso terminaban siendo absorbidas y extendiéndose largamente a través de múltiples mensajes sobre los aspectos del caso. Tanto las páginas web como los grupos de noticias que adoptaron el caso de Louise Woodward constituyen materiales de gran riqueza para explorar la cultura emergente de Internet como la gestión de relaciones en el espacio y el tiempo, de juegos de autoridad e identidad en el intercambio de información y opinión, y de apropiación de tecnologías de la comunicación para propósitos diversos. Esto no quiere decir, de ninguna manera, que veamos estos fenómenos como algo nuevo en Internet. Lo que nos proponemos aquí es explorar los modos en que Internet adquiere forma por medio de sus usos, a partir de las percepciones que se formen de ella como medio de comunicación y como tecnología que tiene significados específicos para personas y usuarios. Todo esto nos lleva a considerar también el significado de Internet como artefacto cultural.

### ***Internet como artefacto cultural***

Internet, como medio de comunicación, recibió una inmensa atención a partir del momento particular en que el juez Hiller Zobel decide anunciar su veredicto final a través de una dirección WWW. Al día siguiente (5 de noviembre de 1997), la historia acaparaba los titulares de periódicos nacionales del Reino Unido que, junto a la televisión nacional, se encontraban ante la necesidad de tener que explicar a sus lectores y televidentes para qué servía Internet y a qué tipo de sensibilidades se adecuaba. A través de los diarios, se presentaron varias interpretaciones de lo que es la Red. *The Sun* destacó por el escandaloso titular de “Internut!” <sup>(3)</sup>. Algunos medios prefirieron informar a sus lectores sobre cómo acceder al veredicto *online*, mientras que otros optaron por comentar críticamente si acaso su publicación en Internet sería una forma más justa de distribuir información, respaldándose en datos sobre el número de personas con acceso a este servicio. La decisión del juez fue interpretada, criticada y explicada: unos la tomaron como un gesto de sensibilidad, otros llegaron a atribuirle a la influencia que pudo tener el hijo del juez (calificado de “loquillo de los ordenadores”). No faltaron quienes se fijaron en que el juez no tenía televisión en casa para justificar la “rara” decisión del juez.

A lo largo del caso, los reporteros de televisión se apostaron frente a la sala de vistas, deambularon por las calles de Boston para encontrar reflejos de la opinión pública estadounidense con respecto al caso, y visitaron los bares donde se fraguó la campaña oficial de justicia a favor de Louise, en Cheshire. Así, los reportajes televisivos saltaban velozmente de un lugar a otro, incorporando entrevistas desde las distintas localizaciones y filmaciones de los procedimientos en el juicio. Para cubrir los eventos en Internet, se filmaba a personas sentadas frente a ordenadores y luego se enfocaba la página WWW que visitaban. Tanto el

programa ITV, que mostraba un cibercafé en Boston, como el de la BBC que filmaba su propia sala de noticias, se esforzaban por encontrar la localización idónea para exhibir Internet ante sus espectadores. Si las noticias por televisión intentan llevar a los espectadores a lugares relevantes con el propósito de dar credibilidad a sus contenidos, tenían que incorporar a Internet en su cobertura como espacio relevante en la evolución del caso de Louise Woodward. Internet fue por un momento, de hecho, la fuente principal, más rápida y fiable de información; fue un lugar privilegiado. Pero todo terminó en breve una vez que los noticieros recuperaron fiabilidad y velocidad, e Internet volvió a caer a un segundo plano.

Los diarios, la televisión y la radio, con su cobertura, nos dan una perspectiva sobre la percepción pública de Internet como artefacto cultural. Comentando la decisión del juez de publicar su veredicto en la Red, y representando el ciberespacio como una instancia relevante en el desarrollo de los acontecimientos, los medios trataron Internet como un objeto de capacidades determinadas; un objeto que comporta significados concretos para un público de espectadores y lectores. Sería erróneo pensar que las declaraciones, representaciones o planteamientos públicos sobre Internet sean definitivos o determinen las variadas reacciones del público, pues lo cierto es que vivimos sumergidos entre abundantes referencias de diversos tipos: avisos publicitarios, suplementos, revistas, políticas de gobierno, cursos de formación, espacios de trabajo, escuelas y hogares. Para nuestra etnografía, la clave fundamental está en arrojar luz sobre cómo se combina esa multiplicidad de influencias para producir una imagen de Internet como medio de comunicación a través de sitios web o grupos de noticias como formas de acción social.

En el caso de Louise Woodward, se entrelazaron las versiones de Internet como cultura y como artefacto cultural. Mi primera tarea como etnógrafa consistió en trazar un panorama comprensible de lo que estaba ocurriendo: en el juzgado, en la prensa, en televisión y, con una presencia sostenida en el tiempo, en entornos *online* tales como las nuevas páginas dedicadas al caso, y las discusiones que se generaban entre personas a través de Internet. Se requiere cierta movilidad y sensibilidad para trazar el complejo mapa de las conexiones existentes entre los diferentes sitios, mientras éstos se forman y reforman, y para entender cómo se van representando los lugares y los eventos. Si un hecho trasciende su lugar concreto de ocurrencia, la etnografía puede, convenientemente, intentar seguirlo. Al mismo tiempo, formar parte de los escenarios en que las personas discutieron el caso resultó importante para ver cómo se interpreta la cobertura mediática accesible a los interlocutores, tomando en cuenta sus respectivas localidades e integrando al análisis la comprensiones situadas.

## **El proceso etnográfico**

Tal como indicamos en el capítulo III, los principios de la etnografía virtual no existían en el momento de comenzar nuestra investigación. El desarrollo de la etnografía fue un proceso exploratorio en el que cada nueva actividad y cada nueva forma de datos me iba llevando a comprender las implicaciones de mi propia perspectiva etnográfica en el contexto de estudio. Al comienzo, no tenía un plan sobre los datos que buscar; ni siquiera sabía qué forma irían

adquiriendo esos datos en el camino. En cada etapa de la investigación me preguntaba cómo emplear la suficiente sensibilidad etnográfica para seguir pistas que resultaran interesantes. De hecho, la identificación del caso de Louise Woodward como un evento apropiado para el estudio etnográfico fue un momento que marcó el inicio de lo que es hoy este libro. Así como esa, hubo otras decisiones cruciales en el camino hacia este resultado. Retomaré algunos de esos momentos decisivos cuando se trate sobre el tipo de datos a los cuales pude acceder finalmente.

La mayoría de los informantes que encontré se enteró del caso de Louise Woodward –al igual que yo– a raíz del juicio. Para quienes no habíamos puesto atención ni interés alguno en los reportajes de la prensa acerca de la situación o el arresto, el caso pasó a ser muy difícil de ignorar una vez en los tribunales. Las noticias en televisión ofrecían diariamente información sobre el desarrollo de los hechos en el juzgado y las correspondientes reacciones, hasta llegar al veredicto de homicidio, por parte del jurado. Internet pasó a ocupar un lugar central sobre todo cuando el juez hizo pública su intención de dar el veredicto final por ese medio, hecho que despertó mi interés. Al principio, dejándome llevar por la casualidad, comencé a recorrer algunos de los sitios web que ya habían aparecido sobre el tema. Junto a Allegra, mi asistente de investigación, utilizamos motores de búsqueda para explorar el rango de sitios creados en relación al caso de Louise, y encontramos una gran cantidad de páginas y discusiones en grupos de noticias existentes previamente que, hasta aquel momento, no habíamos tenido nunca necesidad ni intención de visitar.

El proceso que culminó con la sentencia final del juez, fue seguido “en tiempo real”. Visitamos los sitios donde se publicaba tal veredicto, a la vez que seguíamos las noticias por televisión y en prensa, lo cual nos dio cierto sentido de implicación en el caso. Los reportajes mediáticos generaban la expectativa de conseguir el dictamen final por Internet en primera instancia y el suspense acerca de un fallo que pronto llegaría. En vez de visitar páginas estáticas de Internet, esperábamos ansiosamente los avances informativos. Varios colegas enterados de nuestro proceso de investigación en Internet, comenzaron a aprovecharnos como fuente de información y entraban a nuestra oficina de tanto en tanto para preguntar qué había de nuevo. Nos invadía cierta desilusión cuando intentábamos entrar, sin éxito, en sitios colapsados por el tráfico de visitantes, o cuando encontrábamos falsas alarmas sobre el dictamen final. Fue a través de todo este proceso que vimos, por primera vez, la posibilidad de abordar este proyecto como un trabajo etnográfico: nos sentíamos involucradas en el desarrollo de un acontecimiento.

El sexto de los diez principios planteados en el capítulo III indica que la etnografía es una actividad intersticial, hilvanada entre muchas otras actividades. La importancia de este rasgo se hizo patente durante esta fase de la etnografía, en la que intentábamos seguir los eventos que ocurrían según la zona horaria de Boston, la programación de la televisión, los diarios e Internet, mientras atendíamos las regularidades y demandas cotidianas personales y laborales, y a nuestra necesidad de descanso. Si bien los medios e Internet estaban, en principio, siempre disponibles, nuestra implicación práctica con ellos fue también intersticial, por cuanto algunos espacios y horas se prestaban con mayor facilidad que otros para la interacción mediada. En

cualquier caso, combinar el uso de Internet con otras actividades simultáneamente es totalmente posible. Tanto así que, cuando salió la primicia del veredicto final del juez, yo me encontraba en mi oficina, recostada en la silla, con un pie sobre el escritorio; sostenía el auricular en mi mano izquierda para solventar telefónicamente un compromiso sobre un tema totalmente ajeno al caso de Louise, y el ratón en la mano derecha para navegar por los sitios relacionados al juicio. Sentía el murmullo de las conversaciones que traspasaban la puerta mientras me preguntaba si Allegra estaría al tanto de que la decisión final estaba ya disponible. Tal vez hoy resulte difícil traducir la emoción de estar entre tantas actividades a la vez –en realidad, con el tiempo resulta un poco triste ver todo aquello como algo tan apasionante– pero en aquel momento, la sensación de estar implicada de lleno en varios escenarios al mismo tiempo era real e intensa.

Esta etapa de la etnografía consistió en una interminable carrera por capturar todo cuanto fuese posible de la producción de actividades en la Red, relacionadas a Louise Woodward. En gran parte, trabajamos con sitios web con aplicaciones muy dinámicas que, además, se actualizaban permanentemente –organizaciones que se distinguían por su búsqueda de la novedad y la reflexión sobre los últimos acontecimientos. No encontrar algún contenido particular o pasar por alto alguna actualización, era como perderlo todo. Luego de seguir los cambios en varios sitios web y sus correspondientes vínculos, se logra entender Internet como un espacio dinámico donde se desarrollan patrones complejos de asociación y de relaciones espacio-temporales, como veremos más en profundidad en el capítulo V. Lo que nos interesa destacar aquí, es que la reflexión de tal capítulo fue posible gracias a esta fase de intensa implicación con los procesos en “tiempo real”.

Después de la publicación en la Red del veredicto final del juez, y antes de que se resolviera la apelación, la actividad volvió a la calma. Los sitios web se mantenían y las discusiones en grupos de noticias siguieron, pero a un ritmo mucho más lento, lo cual marcaba el momento perfecto para comenzar a ir más allá de la experiencia anterior en (y con) Internet, y comenzar a contactar con los creadores de algunos de los sitios, así como con algunos contribuyentes de grupos de noticias. Contábamos con una rica y extensa variedad de datos, pero aún nos quedaban demasiadas preguntas por resolver con respecto a las interpretaciones, motivaciones y experiencias de quienes participaron en tan extenso proceso. La etapa de observación etnográfica, combinada con mi experiencia en el uso del correo electrónico, grupos de noticias y sitios web, me dio la confianza necesaria para procurar una incursión más activa en el campo (Lindlof y Shatzer, 1988).

Entre todos los tipos de creadores de páginas web, escogimos estratégicamente aquellos que diseñaron sitios de apoyo, bien fuesen para Louise o para la familia Eappen. Fueron seleccionados estos sitios, y no aquellos creados por agencias o medios informativos, por una cuestión meramente pragmática: sería más fácil acceder y conseguir colaboración de informantes “aficionados” que de empleados de organizaciones más amplias. Estamos seguros de que un contexto organizacional de creación y mantenimiento de páginas web podría ser un espacio fascinante para la investigación, pero también comportaría variables que sobrepasan

las posibilidades de este estudio. Por otro lado, vimos que las webs de “aficionados”, además de ser igualmente espacios sustanciosos para la investigación, permiten a los individuos comunicarse a nivel global del *World Wide Web* logrando, al menos hasta cierto punto, competir con las organizaciones mediáticas. Contactar e interpretar a las personas que dan forma a estas aplicaciones, parecía un aspecto relevante para la investigación.

Utilizamos un buscador ([www.infoseek.com](http://www.infoseek.com)) para dar con los sitios web que mencionaban a Louise Woodward y luego los visitamos para comprobar que estuviesen realmente disponibles, y si eran productos de individuos o de grandes agencias de noticias. La lista de sitios desarrollados individualmente que obtuvimos, ciertamente no fue exhaustiva: ningún buscador es capaz de indexar la totalidad de sitios disponibles, bien porque algunas puedan no estar aún registradas, bien porque hayan desaparecido sin aviso antes de comenzar nuestra investigación. La paciencia del etnógrafo es un factor a tomar en cuenta a la hora de tener que visitar los cientos de páginas web que resultan de cualquier búsqueda. Completamos la lista obtenida con algunos vínculos presentes en las diversas páginas sobre el caso. En este sentido, la lista de vínculos del Sitio Oficial de Campaña de Justicia para Louise Woodward ([www.louise.force9.co.uk](http://www.louise.force9.co.uk)) fue de particular ayuda. Terminamos agrupando 35 sitios particularmente prometedores, con la información necesaria para contactar a sus autores vía correo electrónico. Nos dimos entonces a la tarea de localizarlos y solicitar su colaboración respondiendo algunas preguntas sobre sus contenidos.

El correo electrónico enviado inicialmente fue el siguiente:

Soy una investigadora en comunicaciones y he estado analizando el papel de Internet en el caso de Louise Woodward. Estoy particularmente interesada en sitios como el vuestro, que proporcionan un canal alternativo de comunicación para las personas interesadas en intercambiar información sobre Louise o para manifestar su apoyo. Intento estudiar exhaustivamente iniciativas individuales como la vuestra para comprender el potencial de Internet, sin redundar en las típicas exageraciones, generalizaciones y exaltaciones que a veces encontramos en los medios de comunicación acerca del ciberespacio.

Os agradecería enormemente si pudiérais dedicar algo de tiempo a contarme acerca de vuestro sitio. Si concedéis ayudarme, os enviaré una serie de preguntas por correo electrónico. Vuestras respuestas pueden ser tan largas o cortas como queráis. Pienso que no os tomará más de 10 minutos relatarme vuestra experiencia. Os garantizo total confidencialidad en cualquier información que emplee sobre lo que me digáis, pues cuidaré que no hayan elementos que revelen vuestra identidad.

Si queréis comprobar mis credenciales, tengo una página web (bastante aburrida) en la dirección <http://www.brunel.ac.uk/~xxctcmh/cmh.htm>. Allí hay un vínculo de información sobre el CRICT, que es el centro de investigación al cual pertenezco, donde podrán ver el tipo de investigación que hacemos.

Quedo a la espera de vuestra amable respuesta y, en caso que no os interese, disculpad de antemano por el tiempo perdido.

Atentamente,

Christine Hine

Redactar este mensaje requirió un poco de reflexión. Siendo el primer contacto con mis potenciales informantes, era la base para un primer juicio acerca de mi persona y, como destacan Lindlof y Shatzer (1998), la auto-representación es crucial en la conformación de estas relaciones en entornos virtuales. Lo “normal” sería proponer un primer encuentro, o al menos llamar por teléfono para explicarme y tener oportunidad de resolver cualquier

malentendido, pero en esta oportunidad sentí que debía intentar dar una buena impresión a la primera vez, al menos induciendo a las personas a responderme y pedir cualquier aclaración que consideraran necesaria. Quienes han tratado el correo electrónico como un medio de comunicación, han prestado mucha atención al contenido de los mensajes, a cómo las personas se expresan, cómo describen o representan sus emociones, etc. (por ejemplo, Rice y Love, 1987; Argyle y Shields, 1996), soslayando el rol de los silencios y sus posibles significados, que son fundamentales para comprender las comunicaciones asincrónicas donde las respuestas podrían ser espontáneas y, sin embargo, raramente lo son. En circunstancias comunes, una vez enviado un correo electrónico a alguien conocido, podemos interpretar la ausencia de respuesta generando una historia: puede que no haya ido a la oficina, posiblemente esté en clases o tal vez no haya pensado que el mensaje requiera una respuesta; una historia que se alimenta de lo que conocemos de la vida de la persona y de nuestro modo particular de entender el uso del correo electrónico. En el caso de mis potenciales informantes, las historias que imaginaba giraban alrededor de mis propias posibles inadecuaciones: quizás mi forma de acercarme podía espantarlos, podrían pensar que les quería presionar, tal vez les parecería yo un tanto insistente; quién sabe si una novata; algunos podrían haber sido ya contactados por otros investigadores en el pasado, quién sabe con qué resultados. No sabía nada sobre los creadores de estas páginas web como para intuir si acaso me responderían, y cuándo.

El primer mensaje electrónico adquirió un gran significado en tanto se convirtió en la primera, y tal vez única, oportunidad de establecer mi identidad como investigadora. Pensé en qué nombre emplear y me decidí por Christine en vez de *Chris* –que suelo emplear más en este tipo de comunicaciones– a sabiendas de que el género se mantiene como un rasgo importante en las comunicaciones mediadas por ordenador y en las interacciones etnográficas (Bell, 1993). No quería desconcertar a mis potenciales informantes dejando mi género en una posición ambigua. También opté por incluir, en este primer mensaje y antes de nada, las características generales de mi investigación, para evitar la sospecha de que se tratara de algún interés excesivo por el caso de Louise, a favor o en contra de cualquiera de las partes. Me pareció también necesario explicar algo del método de investigación, garantizar cierta confiabilidad, y proporcionar información personal indicando mi página web; un gesto, además de práctico, culturalmente aceptado en estas presentaciones. Lo que hice fue seguir la práctica de dirigir a una dirección web a quienes quisieran más información, una práctica común entre usuarios del correo electrónico. Muchos de los comentarios en las respuestas demostraron que, en efecto, habían visitado mi dirección para confirmar mis credenciales. Algunos incluso verificaron mis trabajos previos.

De los 35 correos electrónicos enviados originalmente, 5 no llegaron a sus correspondientes recipientes por error en la dirección o imposibilidad de encontrarla; 30 aparentemente sí llegaron, pero sin forma de acusar su recibo es imposible saber si fueron efectivamente leídos, si fueron eliminados sin ser abiertos, o si no causaron más que desinterés en sus lectores. Nos quedamos con 11 receptores del mensaje que sí respondieron; 10 para expresar su interés en colaborar y uno, autor de un sitio característicamente humorístico sobre Louise, que respondió con un simple “¿ah?”, a quien insistí con un correo electrónico más explicativo, sin conseguir

más respuesta. El texto y la lista inicial de preguntas enviadas a las personas dispuestas a colaborar con la investigación, fueron los siguientes:

Muchas gracias por acceder a cooperar atendiendo a nuestros planteamientos. A continuación veréis una serie de cuestiones generales. Sentiros libres de omitir cualquiera que os parezca inapropiada (o todas, en caso que no os guste ningún planteamiento). Una vez más, podéis escribir cuanto os parezca necesario; esto no es una encuesta que vayamos a categorizar más adelante. Simplemente estamos interesados en vuestras apreciaciones y opiniones. Vuestra identidad se mantendrá siempre confidencial.

Sobre el contenido de la página web

¿Cuándo fue creada?

¿De dónde se obtuvieron las imágenes?

¿De dónde se obtuvieron los contenidos?

¿De dónde se obtuvieron los enlaces?

¿Incluisteis un enlace del sitio oficial de campaña? En caso afirmativo, ¿cuándo y por qué?

¿Por qué pensáis que vuestra página se ve y se siente de determinada forma?

Sobre las actualizaciones de la página

¿Habéis actualizado la página alguna vez a lo largo del caso de Louise?

En caso afirmativo, ¿cuándo y por qué la actualizasteis?

Sobre la audiencia: quiénes visitan la página

¿Contáis con un contador de visitas, nombres o registros para seguir a vuestros visitantes?

¿Os habéis sorprendido (o decepcionado) por la cantidad de visitantes?

¿Habéis conocido (por *chat* o electrónicamente) a nuevas personas a través de vuestra página?

¿Habéis entrado en contacto (de cualquier forma) con otros creadores de páginas sobre Louise Woodward?

¿Habéis hecho algún intento por promover vuestra página, por ejemplo, empleando *web rings*, informando a amigos, registrándola en índices, notificando a dueños de otros sitios?

En General

¿Qué experiencia tenéis de Internet como usuario? ¿Y como creador de páginas web?

¿Qué os hizo decidir hacer vuestra propia página sobre Louise Woodward?

¿Habéis hecho alguna otra forma de campaña (cartas, correos electrónicos, etc.) sobre el caso de Louise Woodward?

¿Habíais participado en otras campañas similares anteriormente, que no fuesen vía web?

La experiencia de crear una página web sobre Louise Woodward, ¿ha resultado como esperabais?

En vuestra opinión, ¿qué tan útil es Internet para este tipo de campañas?

Disculpadme por bombardearos con tantas preguntas y muchas gracias, una vez más, por vuestra colaboración.

Cada uno de los mensajes enviados se ajustó, individualmente, a aspectos determinados ya

mencionados en respuesta a mi primera carta: alusiones a la adicción a Internet, inquietudes sobre cómo había dado con sus páginas, comentarios acerca de mi investigación o mi identidad. Incluso en esta etapa, me pareció importante construir una aproximación personalizada en vez de guiarme por un cuestionario estandarizado. Si bien esta lista de preguntas tan directas y predeterminantes de los temas a comentar no me satisfacía, parecía la mejor opción para comenzar a escharbar un poco en la historia de las diferentes páginas web. Las respuestas a mis preguntas fueron variadas en extensión, desde frases cortas hasta párrafos enteros para algunos ítems. Hice saber a mis informantes que había recibido sus respuestas, les pedí algunas aclaraciones cuando me pareció oportuno y les agradecí su participación enviándoles ramos de flores virtuales ([www.virtualflorist.com](http://www.virtualflorist.com)). Además de las respuestas que me proporcionaron los informantes, exploré otras de sus páginas web, anteriores al de Louise Woodward, manteniendo registros, impresiones y notas de campo. En varios casos, esto me llevó a interactuar con ellos de manera sostenida y durante varias semanas, a través de lo cual logré comprender más profundamente el sustrato de su relación con el desarrollo de páginas web y con el caso. Cuando algún sitio se actualizaba u ocurrían nuevos acontecimientos con respecto al caso Woodward, yo enviaba mensajes a mis informantes, aprovechando para indagar si acaso actualizarían sus páginas. A cambio, recibí ofrecimientos de cintas con contenidos informativos con los que no había dado. Se desarrollaron, en fin, una serie de relaciones de matices serios, de flirteo, humorísticas o profesionales con mis informantes, todos hombres entre 16 años y (presuntamente) de mediana edad, la mayoría de ellos sinceros e interesados en mi investigación. Varios eran “teóricos autóctonos” de Internet, con sus propias ideas acerca de su poder revolucionario, al punto de que, en ocasiones, se hacía difícil discriminar quién era el investigador y quién el informante (Cooper, 1998). A menudo pedían los resultados de la investigación para leerlos, y yo me comprometí a dejar una versión resumida en mi sitio web.

Aunque nos propusimos estudiar etnográficamente la relación entre los universos *online* y *offline*, nos hemos restringido a interacciones mediadas por razones prácticas. Es posible que algunas de las respuestas que encontré hayan sido inventadas, o que las identidades electrónicas de algunos sujetos hayan sido fabricadas. Como indica Paccagnella (1997), interpretar lo que las personas expresan *online* acerca de sus vidas es siempre “un procedimiento arriesgado e incierto” y el riesgo no sólo consiste en que alguien pueda representarse a sí mismo artificialmente, sino que además es posible que el etnógrafo tenga la impresión de comprender cabalmente el entorno en base a ideas a veces vagas o equivocadas. El mismo Paccagnella, en consecuencia, toma por auténtico todo aquello que ha sido verificado etnográficamente, por medio de la inmersión y la implicación, sugiriendo que los estándares de autenticidad tendrían que ser distintos para el etnógrafo que para sus informantes. Es cierto que habría que interpretar las palabras de los informantes con cierto cuidado, pero adoptar la postura de Paccagnella implica asumir *a priori* que existe una frontera bien demarcada entre los mundos *online* y *offline*, la cual constituye una barrera para el etnógrafo. Preguntar a las personas acerca de sus contextos *offline* está lejos de ser irrelevante. En nuestro caso, a medida que fuimos interactuando con los informantes y tomando en cuenta otros rastros de su presencia en Internet, pudimos llegar a algunas afirmaciones

relevantes: las identidades desarrolladas eran plausibles para los propósitos de la etnografía, por cuanto posibilitaban la exploración de distintos rastros, en diferentes páginas web, así como en discusiones en grupos de noticias, para corroborar que se trataba de la misma persona con la que intercambiábamos correos electrónicos. Mantuvimos una relación con identidades sostenidas y coherentes en el tiempo y el espacio, identidades “verdaderas” para propósitos prácticos, y tan virtuales como la etnografía en desarrollo. Mi propósito no era dirimir si las identidades eran o no auténticas con respecto a la presencia física; de hecho, utilizar las comunicaciones electrónicas para llevar a cabo una etnografía abre el camino para un análisis reflexivo acerca de los modos en que hacemos esa distinción.

Las actividades en los grupos de noticias fueron el centro de atención durante la fase subsiguiente de la investigación. Concretamente, a partir del momento en que la apelación no contravino el dictamen final del juez y Louise pudo regresar a Inglaterra. Para este propósito, utilizamos [www.dejanews.com](http://www.dejanews.com), un servicio de indexación de grupos de noticias que permite hacer búsquedas por palabras clave y provee, enteros, los textos publicados por sus colaboradores. En vez de leer erráticamente todos los mensajes publicados desde el inicio del caso, decidí enfocar los eventos más recientes, concentrándome inicialmente en el período de un mes, del 14 de junio al 14 de julio de 1998. Combinando el trabajo en buscadores con conteos manuales e indexaciones, obtuvimos una lista de grupos de noticias que habían mencionado el caso de Woodward durante ese período. Los que mencionaron 10 o más veces el nombre de Louise Woodward están citados en la tabla 4.1.

Existen varias razones para mantenerse escépticos con respecto al valor real de una lista como medida del interés en el caso de Louise Woodward entre los grupos de noticias que mostraron preocupación. En primer lugar, al aceptar ciegamente los resultados estaríamos demostrando un exceso de confianza, puesto que contamos con escasa información sobre los mecanismos de búsqueda que se han empleado o los resultados descartados. Si bien Dejanews parece un servicio eficaz y cuenta con una excelente reputación, no tenemos forma de evaluar su eficiencia, salvo por la impresión que nos ofrece. Todos los vínculos que seguimos, en efecto, sí nos llevaron a textos sobre Louise Woodward, pero no tenemos manera de saber si acaso ésta es una lista exhaustiva. Concretamente, no es una lista completa de menciones a Louise Woodward en cada grupo de noticias estudiado, puesto que muchos mensajes se publican en varias listas de correo simultáneamente, pero sólo son indexadas bajo el grupo de noticias que aparece primero en la lista. Finalmente, los niveles de tráfico en distintos grupos varían considerablemente, y el porcentaje total de discusiones que mencionan a Louise Woodward podría darnos una medida del interés en el caso. No obstante, incluso en Dejanews, pareciera que no es posible medir el número total de mensajes de un solo grupo de noticias, durante un período de tiempo específico, considerando los mensajes repetidos en otros grupos.

Por todo lo explicado, los valores presentados en la tabla no constituyen ni pretenden ser cifras absolutas de los niveles de discusión en grupos de noticias. Lo que, en todo caso, intentamos lograr etnográficamente, fue emplearlos como un dispositivo sensibilizador que orientaría luego nuestra atención hacia algunos sitios específicos que mostraban preocupación

por el caso. Me registré en los grupos de noticias que aparecen en la lista, leí los mensajes referentes a este caso y a otros, con el objeto de tener una idea de los temas que se discutían y las formas en que eran abordados. El objetivo aquí no era producir datos etnográficos sobre un contexto concreto, como en su momento bien hicieron Correll (1995) y Baym (1995a; 1995b; 1995c; 1998), sino hacer una suerte de seguimiento a las distintas manifestaciones sobre el caso de Louise Woodward en grupos de noticias, así como examinar cómo se presentaba el tema en cada grupo, contemplando indistintamente desde las reflexiones más profundas hasta los pronunciamientos más apasionados. Para tener referencias sobre el trasfondo de las interpretaciones de los colaboradores en diferentes grupos de noticias, escribí un mensaje y lo publiqué en varios de ellos.

**Tabla 4.1 Grupos de noticias con 10 o más menciones a “Louise Woodward” en mensajes publicados entre el 14 de junio y el 14 de junio de 1998, recuperados por [www.dejanews.com](http://www.dejanews.com)**

Nombre del Grupo de Noticias	Nº de mensajes que contenían “Louise Woodward”
Alt.politics.british	599
Alt.true-crime	254
Soc.culture.british	123
Soc.culture.indian	96
Alt.teens	95
Alt.star-chamber.louise.woodward	71
Rec.travel.air	66
Alt.digitiser	60
Alt.games.final-fantasy	58
Uk.local.southwest	44
Alt.astrology	39
Alt.fan.oj-simpson	34
Soc.culture.usa	31
Alt.gossip.celebrities	28
Alt.activism.death-penalty	27
Uk.politics.misc	23
Uk.people.teens	18
Uk.media.tv.misc	17
Alt.fan.rush-limbaugh	14
Ne.general	13
alt.fan.howard-stern	12
Ne.general.selected	12
Uk.local.yorkshire	11
Rec.arts.tv.soaps.cbs	10
Uk.misc	10

Tal como hice con los creadores de páginas web, me presenté como una investigadora en comunicaciones, que lideraba un estudio sobre el caso de Louise Woodward y su desarrollo en Internet. Explicué que me interesaba conocer cómo las personas se habían interesado por el caso, de dónde obtuvieron la información y qué opinión tenían de esta en cuanto a calidad, bien fuera dentro de los mismos grupos de noticias o en las páginas web. Similarmente, ofrecí la promesa de mantener confidencialidad en la información y proporcioné datos sobre mis

credenciales en Internet. A diferencia de los creadores de páginas, fueron muy pocos los colaboradores de estos grupos que respondieron. Por más que cientos, y quizás miles de usuarios, hayan leído mi mensaje, las respuestas no llegaron a diez; una reacción bastante típica de estos grupos, desde mi experiencia y la de otros, cuando se pide ayuda para alguna investigación. Baym (1995c) sugiere que “las respuestas a propuestas de estudio dentro de grupos de noticias suelen ser pocas; las personas no sienten obligación ni motivación alguna para responder al reclamo”. Con quienes sí respondieron, el procedimiento fue similar: comencé con algunas preguntas y se fue construyendo una relación. Algunos contactos no pasaron de mi primer mensaje de seguimiento, mientras que otros se mantuvieron por un largo período de tiempo.

Finalmente, un contacto de gran valor para la investigación, fue el *webmaster* del sitio oficial de campaña de justicia por Louise Woodward ([www.louise.force9.co.uk](http://www.louise.force9.co.uk)). No quise contactarlo durante la campaña pues pensé que las susceptibilidades que generaba el juicio podrían predeterminar cierto rechazo. Además, una negativa a responder a las preguntas sería mucho peor de replantear con los acontecimientos en pleno proceso. A medida que el juicio transcurría, aumentó progresivamente la cantidad de sitios “informales” de apoyo que referían a la web oficial, razón por la cual se hizo relevante contactar al creador de esta página. Mi preocupación por dar la impresión acertada en el primer contacto era enorme, y cuando finalmente encontré la firmeza para escribirle, opté por una fórmula similar a la empleada con los colaboradores: explicar mis credenciales y describir someramente el contexto de la investigación que intentaba desarrollar, y añadí que había esperado a que el caso terminara para establecer contacto. Lo que más quería era aparecer como una investigadora genuina, deseosa e interesada en entender las complejidades que envuelven el trabajo de campaña de ese nivel. En aquel momento estaba intentado establecer contacto con un “administrador de sitio” anónimo sin saber, siquiera, ni si se trataba de una o de varias personas, o qué tan cercano podría estar este individuo (o su grupo) a la campaña como tal.

Su respuesta fue una grata sorpresa para mí. Primero, me enteré de que la figura central detrás de todo el desarrollo del sitio de la campaña era un individuo llamado Peter. Este se mostró particularmente seguro de que el caso de Louise era un momento interesante en el desarrollo histórico de Internet. Me dio detalles sobre la historia de los eventos alrededor de la elaboración y el mantenimiento del sitio web, comentando cómo se enteró de la situación: vivía cerca de Elton y, muy importante, participaba en las discusiones de un grupo de noticias de Boston. También contó cómo llegó a convencerse sobre la inocencia de Louise y, llegado el veredicto de culpable, decidió acercarse hasta Elton para ofrecerse para crear una página en Internet para hacer campaña. Obviamente, él contaba con los medios y conocimientos necesarios para producir un sitio web de apoyo a la campaña. La página se desarrolló y creció con el tiempo, incluyendo cada vez más información sobre el caso, además de las formas típicas de registro, contacto y publicación de opiniones al respecto. Nuevas personas se ofrecieron para ayudarlo a llevar la web y, eventualmente, se constituyó una red entre ellos para mantenerla vía correo electrónico. Al principio, Peter encontró por este mecanismo una forma eficiente de trabajar. No obstante, para él, esta forma de trabajo causó también

desconfianza y, finalmente, la ruptura del grupo. La reflexión final de Peter, con respecto al caso, contenía lo siguiente:

¿Que por qué te digo esto? Pues porque es un evento importante, que creo que debería ser destacado. Como medio de comunicación, Internet tiene ventajas increíbles, lo sé. Pero también estoy convencido de que la naturaleza humana no funciona bien por ese medio.

¿Que cómo me sentí con respecto al desarrollo del sitio? La verdad es que me produce orgullo haber ayudado, y estoy convencido de que valió la pena. El trabajo ayudó a coordinar el apoyo internacional, conseguir fondos para pagar la defensa, y también contribuyó con la publicación de conocimientos que serán prueba de la inocencia de Louise para siempre y para todo el que quiera ver. He hecho también algunos amigos a través de esta campaña (así también como he conocido unos cuantos mentecatos). Mi experiencia, en general, ha sido muy satisfactoria.

Me agrada poder decir que Internet realmente ha servido para ayudar a una persona en concreto, y no para que alguna compañía haya acumulado más dinero del que ya tiene. Para mí, fue una causa muy personal, lo cual prueba que hasta cierto punto las personas se pueden adaptar a una nueva tecnología y utilizarla como herramienta.

La interacción con Peter me demostró una serie de cosas, entre ellas, que detrás de una página web que no dé ninguna muestra de la identidad de sus creadores, existen individuos con biografías, emociones y sentido del compromiso; que Internet, en efecto, sí fue percibida como una instancia crucial para el caso de Louise Woodward. Por último, observé que la ubicación geográfica mantuvo su importancia por encima de las amenazas de trascendencia territorial de Internet. Estas tres revelaciones serán desarrolladas con mayor profundidad en los capítulos siguientes.

En ningún momento consideré la posibilidad de contactar directamente con Louise Woodward, por más que, ciertamente, hubiese sido muy interesante conocer sus apreciaciones con respecto a su presencia en Internet o su valoración acerca del papel de la Red en el desenlace del juicio. Desde que volvió a Inglaterra, Louise ha destacado la influencia que tuvieron los medios de comunicación en el proceso judicial, una aserción tremendamente atractiva de estudiar. Pero quizás el interés que puedan tener todas estas cuestiones no sea suficiente justificación para cometer la imprudencia de hacerlas directamente. Nuestra etnografía trata sobre qué es Louise en Internet, qué formas adquirió a través de las actividades que se desarrollaron en la Red y de los aportes de contribuyentes a grupos de noticias. Jamás tuvimos por intención comparar una Louise “real” con su construcción virtual, ni evaluar la autenticidad de su imagen en Internet. Del mismo modo, Aycock y Buchignani (1995) llevaron a cabo un estudio etnográfico sobre “*el caso Fabrikant*” sin tener contacto directo con el “*Fabrikant*”, porque el personaje que “en realidad” interesaba a los participantes era el creado entre discusiones de grupos de noticias y representaciones mediáticas. Similarmente, nos pareció que contactar con Louise, además de inoportuno, sería de poco valor para el objetivo fundamental de la investigación. Por último, hay que reconocer que era bastante improbable que ella accediera a atendernos.

La etnografía constituida por mis experiencias, mis materiales y los escritos que fui produciendo sobre el tópico está definitivamente incompleta. Hubo que tomar muchas decisiones estratégicas con respecto a las fuentes de información que visitar, así como a los enlaces que seguir. La etnografía es parcial, especialmente, en relación a la selección de

ciertas aplicaciones particulares de Internet para su estudio. En primera instancia, nos propusimos estudiar “Internet” sin preferencia por ninguna aplicación particular. El *World Wide Web* y los grupos de noticias de Usenet, se convirtieron en el foco por encima de los *dominios multiusuario*, los IRC, *chats*, correos electrónicos privados y otras formas como los tableros de noticias. Pude emplear mis materiales para ver cómo los usuarios entienden las diferencias, cómo establecen distintas relaciones en el tiempo y el espacio, cómo gestionan y entienden la autenticidad, en sólo dos aplicaciones de Internet. Esta fue una decisión estratégica en tanto nos pareció un nivel apropiado de profundidad para cada entorno sin perder la posibilidad de compararlos. La elección de sitios con ciertas herramientas que facilitan la investigación tampoco fue incidental. En estos aspectos, la etnografía adquiere forma de acuerdo a la tecnología disponible y a la comprensión que de ella se tenga.

Imprimí y guardé para un análisis posterior las diferentes páginas web que encontré. Algunas de sus características, como archivos de sonido y vídeo o grandes cantidades de información, no fueron guardadas sino archivadas en forma de notas de campo. Tales notas asociaban webs y diferentes archivos con impresiones y emociones que fuimos experimentando al navegar por Internet. Determinados sitios web fueron impresos en sus consecutivas actualizaciones, manteniendo un vínculo con nuestras comunicaciones y entrevistas con sus administradores. Los mensajes publicados en grupos de noticias también fueron almacenados con sus respectivas notas y comentarios, así como con las comunicaciones entre la etnógrafa y sus autores. Las transmisiones por televisión durante momentos clave del proceso judicial fueron grabadas en vídeo, transcritas y almacenadas. Asimismo, se mantuvo un registro hemerográfico con fotocopias de la historia en distintos diarios sobre el caso, prestando especial atención a su asociación con Internet. Al final de este proceso, los datos que habíamos acumulado adquirieron la forma de impresos, archivos de páginas web, mensajes publicados en grupos de noticias, intercambios de correos electrónicos con los informantes (que, o bien habían creado las páginas web, o bien leían o colaboraban en grupos de noticias), recortes de periódicos, vídeos de noticias por televisión, y notas de campo con impresiones y observaciones durante la recopilación de todos los datos anteriores.

La velocidad de acumulación de datos en este tipo de levantamiento de interacciones mediadas es vertiginosa. En retrospectiva, un hipertexto multimedia pudo haber sido ideal para ir almacenando e indexando los distintos tipos de datos. Así, las diferentes notas de campo se hubiesen asociado directamente con el sitio del que provenían, o a las categorías en las que se habían organizado, o incluso ser enlazadas con las páginas de las que provenían originalmente. Es de esperar que los etnógrafos lleguemos a contar con herramientas para organizar nuestras múltiples fuentes de datos de forma manejable y flexible (Howard, 1988; Crane, 1991; Dicks y Mason, 1998; Snack, 1988) y, de hecho, existen ya paquetes como ATLAS-ti, Ethnograph y NUD.IST que permiten almacenar y organizar datos cualitativos en el ordenador, vincular, generar gráficos y analizar información basada en la Red, aparte de los datos textuales más comunes. Si bien, como es ya natural, estas capacidades se irán expandiendo y perfeccionando, los programas requieren de tiempo y dedicación para poder ser manejados efectivamente y, para nuestros propósitos, resultaba impráctico sumar este

aprendizaje adicional a un calendario de emergencia permanente impuesto por la necesidad de mantenerse al tanto de los acontecimientos. Como no contábamos con una herramienta de organización de los datos, optamos por soluciones “*low-tech*”, basadas en notas en papel. En todo caso, al finalizar la fase de redacción, yo sufría del excesivo uso del teclado y el ratón y aprecié enormemente los datos en papeles y no en pantalla.

El análisis de todos estos datos, como ocurre siempre con la etnografía, surgió de un permanente proceso de observación y no como una nueva fase de investigación. No obstante, gran parte de la organización de nuestros hallazgos en temas se hizo en retrospectiva: el distanciamiento del campo nos permite una re-inmersión con los temas y aspectos teóricos que fundamentan la etnografía, como describimos en el capítulo I. La descripción que conforma los capítulos V y VI es producto de nuestras inquietudes teóricas, aplicadas concretamente a nuestro trabajo. Por lo tanto, es necesariamente parcial (ni holística, ni neutral): se basa en las decisiones que fuimos tomando a lo largo del diseño del estudio, en nuestra implicación en el levantamiento de datos, en las construcciones que hicimos de los datos en el análisis, de las tecnologías con las que contamos, así como de nuestra capacidad para comprenderlas e interpretarlas. Como suele ocurrir, esta etnografía es única tanto en su escenario de trabajo como con respecto a su autora, aunque sea también auténtica en varios sentidos etnográficos: los datos surgen de la observación y la interacción, y los hallazgos se han sometido a negociación a través de mis interacciones con los informantes y las consecuentes revisiones que he hecho. Todo el análisis se ilustra con citas directas de mensajes publicados en grupos de noticias, páginas web y correos electrónicos de los informantes. La etnografía se divide en dos partes: una primera sobre tiempo, espacio y tecnología, donde se trata de cómo los diseñadores y colaboradores en grupos de noticias comprenden el uso de la tecnología y, en particular, cómo conciben sus contribuciones en términos de tiempo y espacio. La segunda parte se centra en otra dimensión clave para las nuevas tecnologías: el problema de la autenticidad.

## Capítulo V Tiempo, espacio y tecnología

### Las interacciones y su estructura en Internet

El objetivo del presente capítulo es echar un primer vistazo al mundo social que surgió en Internet durante la etnografía descrita anteriormente. Tomaremos las cuestiones inicialmente planteadas en el capítulo I extraídas de una revisión teórica relativa a Internet, para llegar a algunos rasgos de organización social que son clave, y que, según muchos autores, se facilitan o fortalecen por las nuevas tecnologías. Las preguntas que consideraremos en este capítulo serán, por tanto:

- ¿Cómo entienden los usuarios de Internet las capacidades de Internet? ¿Qué implicaciones tiene su uso? ¿Cómo se valoran sus capacidades en este medio de comunicación y a quién se percibe como audiencia?
- ¿De qué modo afecta Internet la organización de las relaciones sociales en el tiempo y el espacio? ¿Es distinta esa organización a la de “la vida real”? Y si la respuesta es afirmativa, ¿cómo los usuarios reconcilian lo virtual y lo real?

La próxima sección trata sobre el primer conjunto de cuestiones centrándose en las especificidades de los sitios web y grupos de noticias sobre el caso de Louise Woodward. El propósito aquí es explorar los modos en que el uso de Internet adquiere sentido para un grupo particular de personas. Lotfalian (1996) ha estudiado el *enmarcamiento* de la tecnología para describir cómo las personas la conciben como forma de comunicación y, en particular, cómo comparan los escenarios *online* con la interacción cara a cara. Desde su perspectiva, el concepto se expande hasta abarcar un sentido más amplio de los significados sociales que la tecnología tiene para los usuarios de Internet. La metáfora de “la tecnología como texto”, discutida en el capítulo II, nos sugiere concentrarnos en los modos en que las personas desarrollan una comprensión acerca de lo que es la tecnología y de lo que puede hacer, en vez de basarse en asunciones apriorísticas sobre sus capacidades. En este sentido, es a través del uso y la representación de la tecnología que sus capacidades emergen y adquieren sentido. Para estudiar Internet, lo más obvio sería comenzar por considerar su estatus en tanto tecnología de la comunicación. El mismo programa que nos facilita el acceso a Internet suele indicar diferentes formas de interacción con otras personas y con la información, vía dominios multi-usuario, grupos de noticias, *chats*, WWW y otras posibilidades. Lo que no está tan claro, de buenas a primeras, es si acaso todos atribuimos el mismo sentido a la tecnología. Tampoco sabemos cómo se interpretan los usos que ella ofrece. Sería interesante, por lo tanto, prestar especial atención al tipo de escenarios comunicacionales a los que las personas se sienten invitadas por Internet y ver cómo esto afecta los usos que finalmente se le da.

Explorar las prácticas con las que los usuarios construyen el sentido de Internet, nos lleva a un plano de discusión sobre las estructuras temporales y espaciales que emergieron en nuestra etnografía. Es ya común la idea de que Internet genera interacciones sociales al margen de

determinados contextos espacio-temporales; que Internet “niega la geografía” (Cairncross, 1997). Las relaciones pueden mantenerse a lo largo del planeta, indistintamente del lugar o la zona horaria. Con la aparente intimidad que comparten las interacciones por Internet, y la posibilidad de comunicarse asincrónicamente, la temporalidad se ha desordenado. En la Red, se nos dice, podemos ser íntimos amigos de personas que no están ahí, o que aún no han llegado.

A partir de este tipo de afirmaciones se ha llegado a una enorme cantidad de conclusiones sobre las consecuencias sociales que podrían tener unas interacciones que trascienden las barreras del tiempo y el espacio. Muchas de estas conclusiones se han sustentado en premisas sobre las capacidades de Internet, que no tienen fundamento en la observación del papel que juegan el tiempo y el espacio en una interacción a través de ese medio. También están los casos en que se toman, como base, posibilidades radicales o usos meramente experimentales de la tecnología. Como en las predicciones de los “Hombres sabios” de Chesterton (1904), se ha desarrollado cierta predilección por la extrapolación de casos extremos. Gillespie y Robins (1989) han indicado que las nuevas tecnologías de las comunicaciones siguen siendo totalmente espaciales, en el sentido de que estas recrean e intensifican las desigualdades geográficas, un punto que merece ser investigado en el micro-nivel del uso cotidiano.

Castells (1996a) ha avanzado una forma hermosamente matizada de abordar la relación entre Internet y el espacio-tiempo, introduciendo dos conceptos enlazados entre sí: el espacio de los flujos y el *collage* temporal. Desde ahí, se lanza a discutir las nuevas formas de relación social que ofrecen los avances en tecnologías del transporte y de las comunicaciones:

Las localidades se dislocan de sus significados culturales, históricos y geográficos, y se reintegran en redes funcionales, o en *collages* de imágenes, induciendo un espacio de flujos que sustituye al de los lugares. El tiempo se borra en el nuevo sistema de comunicación cuando el pasado, el presente y el futuro se pueden programar para interactuar entre sí en un mismo mensaje. El espacio de flujos y el tiempo atemporal, son las fundaciones materiales de una nueva cultura que trasciende e incluye la diversidad de los sistemas de representación históricamente transmitidos: la cultura de la virtualidad real, donde hacer creer es creer en el hacer. (Castells, 1996a, pág. 375)

En el espacio de flujos, el énfasis pasa del lugar a la conexión. Flujos de personas, de dinero, de objetos y de comunicación, viajan a través del mundo y la conectividad se transforma en el factor vital para las estructuras de inclusión. Si gran parte de la experiencia social aún está atada a su localidad, el espacio de flujos provee una nueva alternativa para las relaciones sociales, cada vez más concentradas por el ejercicio de poder de una elite. Las relaciones entre lugares y flujos son posibles, pero “no están predeterminadas” (1996a, pág. 423). El espacio de flujos está conectado al desarrollo del tiempo atemporal, constituyéndose una ruptura con las secuencias, los ciclos y los ritmos ordenados que pasan a formar un *collage*, temporalmente desordenado, de confusas temporalidades. Una vez más, el tiempo atemporal no reemplaza al cronológico sino que convive con él, de manera que abre nuevas alternativas de relaciones sociales.

A primer vista, el espacio de flujos y el *collage* temporal ofrecen imágenes provocativas sobre el fenómeno de Internet. En tanto posibilidad de conexión entre lugares distantes, la Red

parece el medio ideal para el espacio de flujos. El tejido anárquico de páginas web y mensajes en grupos de noticias es la corporalización de este tiempo atemporal, que arrastra una serie de preguntas para el etnógrafo. ¿Cómo manejan, las personas, la coexistencia entre distintos flujos y lugares y cómo interpretan este *collage* temporal? ¿Cómo negocian los pasos entre el tiempo atemporal y el tiempo local? ¿Qué tipo de narrativas se siguen produciendo?, ¿dónde, y quién las propone? ¿Cómo se interpretan las localidades, sus conexiones, su historia? Los conceptos de Castells, “espacio de flujos” y “*collage* temporal”, aplicados con el debido escepticismo, nos dan un marco de referencia para analizar el trabajo de los creadores de páginas web y los colaboradores de grupos de noticias. Este marco, a su vez, nos proporciona una estructura para organizar los hallazgos etnográficos discutidos al final de este capítulo. Antes, es importante contemplar la comprensión de la tecnología en su uso, como telón de fondo en la formación de relaciones espaciales y temporales. En la próxima sección de este capítulo, exploraremos cómo adquieren sentido, primero, las páginas web, y luego, de modo más resumido, los grupos de noticias.

### **Páginas web, autores y audiencias**

De la búsqueda de diferentes páginas web sobre el caso de Louise Woodward, así como de productores dispuestos a conversar con nosotros sobre sus trabajos, resultaron una serie de sitios interesantes. Algunos, como el de la figura 5.1 (Simon), estaban hechos explícitamente en solicitud de apoyo para Louise, mientras que otros, ver figura 5.2 (Jim), tenían por objeto presentar información sobre el caso de modo más equilibrado o neutral. Llama la atención que lo más común para ambos autores, a la hora de hablar de sus respectivos contenidos, fue la búsqueda de reconocimiento. La audiencia, concebida en términos de visitantes actuales y potenciales, era la categoría fundamental de sentido para los autores cuando desarrollaban sus espacios web. Por más obvio que esto parezca, Scanner y Cardiff (1991), así como Williams (1990), han mostrado que incluso en la historia de la televisión, la noción de audiencia emergió y se desarrolló con el tiempo, en la medida en que los productores y quienes definían las políticas se ajustaban a la tecnología. Los creadores de páginas web que yo conocí están fuera de los marcos profesionales e institucionales que podrían, naturalmente, reforzar una noción de audiencia, y aún así, la consideran importante. Las narrativas que esgrimían sobre el desarrollo de sus sitios web y la evaluación de los resultados, recaían una y otra vez sobre la cuestión de quiénes conformarían la audiencia.

En todo caso, el tratamiento de la audiencia tuvo distintas orientaciones en las diferentes páginas sobre Louise Woodward. Algunos autores se informaban sobre las visitas que recibían a través de contadores y otros dispositivos para conocer la cantidad y/o el origen (según el nombre del dominio) de los visitantes. Todos los creadores que comentaron sus trabajos conmigo revisaban con frecuencia el número de visitantes. Ellos mismos relatan o bien el placer de encontrar números altos, o la desilusión de verlos bajos. El contador de visitas, en cualquier caso, es una medida bastante cruda de la audiencia, ya que no ofrece información alguna sobre la impresión que puedan haber tenido los visitantes ni de sus características, más allá del dominio desde el cual han accedido. Estos contadores comparten con los *ratings* de la

televisión una serie de problemas de interpretación que ha tratado pertinentemente Ang (1996). La audiencia como tal, es en buena parte una construcción imaginaria de los creadores de páginas web, tal como ocurre con las producciones de los medios de comunicación masiva (Espinosa, 1982; Hartley, 1987; Pekurni, 1982; Schlesinger, 1978), lo cual no necesariamente contraviene la orientación explícita de algunos elementos puntuales a esa audiencia. Muchos autores comentaron la necesidad de hacer las páginas accesibles, tanto en términos estéticos como técnicos. Los sitios fueron diseñados en función de la naturaleza del caso, según la audiencia, para provocar reacciones acordes con la situación, y las valoraciones estéticas se combinaban con criterios sobre aquello que resultaría fácilmente comprensible:

Fui muy cuidadoso en el momento de pensar cómo tendría que verse la página. Escogí un fondo blanco para producir un efecto de inocencia, además de que mejoraría la vista de las fotos. La fotografía central de la página es un retrato de Louise sonriendo y su fondo es blanco; por eso también pensé que un fondo blanco, para todo, quedaría bien. A lo largo del trabajo, fui incluyendo más fotografías. No quería poner cualquier cosa, así que escogía las fotografías que podrían generar la mejor respuesta emocional. Geoff.

Tim mencionó su decisión de optar por el fondo negro para acercarse más a la naturaleza “sombria” del caso, sin perder la posibilidad de emplear textos legibles en blanco y rojo. La decisión de incluir imágenes pesó, en varias oportunidades, sobre la orientación hacia la audiencia. Frank empleó imágenes mínimas en su página de modo que fuese fácil de descargar. Al decir “intento diseñar de forma simple, limpia y fácil”, Simon también expresa en cierto modo posturas estratégicas. La audiencia es, por lo tanto, concebida de tantas maneras como preocupaciones haya sobre la inteligibilidad y accesibilidad a una página web, sin dejar de lado las consideraciones emocionales y estéticas. Los autores también consideraban a su audiencia de acuerdo a las potenciales necesidades de información que tendrían. Esto lo evidenciaban especialmente al enlazar sus contenidos en la página con el sitio oficial de campaña de justicia para Louise Woodward, el cual describían como un espacio en el que los usuarios podrían encontrar información más completa y actualizada. Otros diseñadores enfocaban el tema de la necesidad de información de la audiencia en relación con su decisión de crear el sitio:

La presentación es simple pero efectiva, e informa a las personas sobre las últimas noticias con relación al sitio. Utilicé un fondo con textura de mármol para darle una imagen más profesional y fácil de ver en pantalla. Jim.

Jim pensaba que la audiencia requeriría información bien presentada y fácilmente accesible. Así, buscaba generar una percepción en sus visitantes lo suficientemente buena como para influir en la decisión de regresar al sitio.



**Louise Woodward**



[Home](#) [Evidence](#) [Opinions](#) [Survey](#)

[ [Index \(you are here\)](#) | [Evidence](#) | [Opinions](#) | [Survey](#) ]

- Please also visit the [Louise Woodward Campaign for Justice](#) (official page).
- And there's the [Louise Woodward Boston Support Group](#)
- [How to get in touch with Louise](#)
- If you'd like to make a donation, please visit the [Campaign for Justice](#) page.

Wear a yellow ribbon in support of Louise

**Latest News:** 5 June The pathologist whose evidence helped convict Louise has resigned after it was found that he failed to carry out a proper investigation in another case. The Massachusetts Bar Association has called for a review of all the criminal cases he's handled. Read the full story on [BBC News](#)

## Summary of the site

This site run by [redacted] and [redacted]  
Last update: 0359 GMT Sat Jun 6 1998 -- Survey last updated: [redacted] (Now - thanks to an HTMLScript page)  
Note that although this site is hosted in the US, it is run from the UK.

Louise Woodward was convicted of Murder in the second degree. She was sentenced to life in prison, with parole after 15 years. About week later, the judge presiding over the case reduced the conviction to manslaughter, with a charge of time served. Louise is now waiting in the US (the court has her passport) for the outcome of an appeal by the prosecution to have the original conviction reinstated. The date of this appeal is set for March 6th.

But we mustn't forget Matthew Eappen, who died in early February 1997. As the (British) press have shown, there has been much outcry about the way that the supporters of Louise in her home town celebrated her release on that Monday, people have said that Matty has been forgotten. This is not the case. There are those people who support Louise and there are those that don't. But everyone offers sympathy to the Eappens for their loss. It is not something anyone would wish on anyone else.



**Innocent. Free her, and let her come home.**

Other sites you may like to visit:

- <http://orphansoftware.com/Louise/>
- [Justice for Louise Woodward campaign](#)

Figura 5.1. Sitio web de apoyo a Louise Woodward, desarrollado por Simon e impreso el 8 de junio de 1998.

Updated: 9th June '98 | See '[Latest News](#)' : This site is updated regulary....



**The Louise Woodward  
Trial**

**LATEST: [Louise fraud](#) : Verdict to be released by 16th July**

<p><b><u>Index</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▶ <a href="#">Start of the Nightmare</a></li> <li>▶ <a href="#">Latest News on this Trial</a></li> <li>▶ <a href="#">Diary of Events</a></li> <li>▶ <a href="#">Contact Addresses</a></li> <li>▶ <a href="#">Judge Zobel's Decision</a></li> <li>▶ <a href="#">Louise's Statement</a></li> <li>▶ <a href="#">Louise at Christmas '97</a></li> <li>▶ <a href="#">Your Opinions Published</a></li> </ul>	 <p>Louise Woodward</p> <p>Now aged 20, still in Boston, US - awaiting the verdict. Due anytime now.....</p> 	<p><b><u>Questions</u></b></p> <p>Whats Your Opinions/Comments on this Case?</p> <p>Do you think Louise is Innocent or Guilty?</p> <p>Do you think the Eappens have any Guilt?</p> <p>What do think of the US justice system?</p> <p>Should it be changed?</p> <p><a href="#">Read the Comments we have received</a></p>  <p><b><u>Email Your Opinions/Comments</u></b></p>
<p><b><u>Site Award</u></b></p> 	<p><b><u>Notice:</u></b></p> <p>Special Thanks to "The Louise Woodward Campaign for Justice" for their comments on this website.</p>	

This site is under reconstruction

Figura 5.2. Sitio web informativo sobre Louise Woodward, desarrollado por Jim e impres el 11 de junio de 1998.

Otra forma de abordar la audiencia fue interesándose por las estrategias de búsqueda de sitios en Internet. La pregunta que más me hicieron los autores de las páginas fue cómo los había encontrado. Ciertamente, en más de una circunstancia, un científico social puede enfrentarse a sus propios sujetos potenciales de investigación quienes preguntan, no sin un resquicio de sospecha, “¿y cómo consiguió mi nombre?”. Esta cuestión, cuando no refleja cierta hostilidad, puede indicar que el investigador está haciendo preguntas de manera poco usual para los miembros de la cultura con la cual está lidiando. En nuestro caso, sin embargo, la pregunta no tenía matices de esa clase; más bien, los creadores parecían necesitar información para evaluar la efectividad de las distintas estrategias que adoptaron para lograr hacerse visibles en Internet (cosa que respondí con todo detalle como usuaria). Una de tales estrategias consistía en introducir los detalles de la página en motores de búsqueda para aumentar sus probabilidades en las búsquedas de términos relevantes. También algunos creadores hablaron de haber contactado otros sitios relacionados con el caso para negociar con otros el intercambio de enlaces. Así, los visitantes de una página podrían navegar hacia otras, lo cual incrementaría la visibilidad de ambas partes. Aparecer vinculado a otra página web es considerado un éxito, particularmente si ésta es muy visible, como era el caso del sitio oficial de campaña por Louise o algún índice prominente como el *Yahoo*. El sitio de Jim recibió un

premio de diseño, a lo cual él atribuyó un incremento sustancial de visitas. Otra estrategia para aumentar las posibilidades de visibilidad es el uso de *webs en anillo*, un mecanismo por el cual se agrupan sitios web sobre un mismo tópico, logrando atraer una mayor cantidad de visitantes. Al parecer, durante un tiempo hubo un anillo de webs gratuito para el caso de Woodward, pero cuando lo busqué, ya no existía. Por último, las páginas web también adquirieron visibilidad “de boca en boca”, también en su acepción electrónica, cuando las personas comentan o envían mensajes a amigos o a grupos de noticias, o cuando incluyen la dirección web en la firma de los correos electrónicos. Si bien ninguna de estas estrategias se destacó particularmente en el caso de Louise Woodward, todos los creadores dejaron ver su particular consideración por el número de visitas que obtenían sus trabajos y por el resultado de sus estrategias para conseguir visibilidad; una preocupación que no necesariamente está presente en todos los casos de Internet. Hay que notar, también, que este tipo de interés por atraer audiencia requiere de una sofisticación técnica que va más allá de los conocimientos básicos para crear una página web.

Asimismo, la preocupación por la visibilidad y su consecuente atracción de audiencia, ilumina un intrigante panorama para nuestra perspectiva etnográfica. Dado que nosotros encontramos estos sitios empleando motores de búsqueda, es posible que hayan existido otros sitios, diseñados por personas con menos experiencia en este tipo de aplicaciones, que no hayamos podido encontrar. Las herramientas empleadas para encontrar y definir el espacio de campo no son neutrales y, como se puede ver, las decisiones adoptadas buscan claramente dar con diseños capaces de mayor visibilidad. La preocupación por la audiencia también puede haber influido en la disponibilidad de los creadores para responder a nuestras preguntas. Su interés por conseguir audiencia podría implicar que no me trataran como etnógrafa ni investigadora, sino como un tipo peculiar de público. Los etnógrafos tenemos que contemplar la posibilidad de que los informantes, dispuestos a hablar con nosotros, puedan no ser “miembros típicos de su cultura” (si es que eso existe), sino también personas al margen, marcadas por orientaciones y experiencias particulares que las hacen más propensas a colaborar con estudios de este tipo (Rainbow, 1977). La investigación en Internet, ciertamente, no está exenta de esa posibilidad, y hay que recordar que los enfoques etnográficos actúan según cada persona. En este sentido, otros estudios comparativos sobre diseñadores web, a través de etnografías aplicadas de forma distinta, seguramente producirán interpretaciones diferentes acerca del WWW y de cómo se conforma su audiencia.

Además de expresarse verbalmente, la preocupación por la audiencia también se hizo patente en el diseño de las páginas web. En ocasiones, los visitantes podían ser de utilidad, puesto que el contador de visitas constituye la herramienta más sencilla de apropiación, denotando la cantidad de peticiones de información contenida en la página. Aunque no sirva para ver directamente el número de personas en contacto con la página, puede dar una medida general de su popularidad. En ocasiones, el contador también puede servir para propósitos publicitarios, como las mediciones de audiencia en la televisión (Ettema y Whitney, 1994). Una página especialmente popular puede emplear su alto impacto en visitas como argumento para convencer a su proveedor de servicios en Internet de que le proporcione más espacio. En

algún caso se empleó el contador de visitas como argumento de apoyo a Louise. Por ejemplo, el contador de visitas de la página de Ed, reza “Usted es la persona número [cuadro de conteo] que quiere ver libre a Louise”. Así, las entradas se convierten en visitantes y, automáticamente, estos aparecen como partidarios de la causa. Muchas páginas de apoyo a Woodward solicitaban contribuciones de sus visitantes, bien en forma de correos electrónicos, bien registrándose en un libro de invitados. Si los mensajes se mantenían en privado, el autor podría emplearlos para tener una idea de la opinión; y si se publicaban en la página, servían para reforzar la percepción de popularidad y respeto por el sitio.

La atención prestada a la audiencia en el proceso de diseño y en torno a la continuidad del sitio web, demuestra la importancia que tiene el reconocimiento para los creadores. En nuestro caso, la preocupación por el reconocimiento se hizo patente de muchas maneras, dependiendo de la orientación con respecto al caso de Louise Woodward. En el caso de Tim, el principal motivo que lo llevó a hacer su página fue su propio reconocimiento, por encima del apoyo a Louise Woodward. Para él, lo que le ocurría a Louise Woodward ofrecía “una oportunidad para crear una página web de noticias en permanente actualización, que funcionara como una puerta de enlace para atraer visitantes a mi página principal”. Pero con respecto al caso en sí, se expresa diciendo que “no estoy a favor ni en contra de Louise, simplemente me gusta hacer páginas web”. Tim, quien se describe como un “adicto a la Red”, estaba desempleado y sumido en una depresión; el diseño de páginas web así como el contacto con Internet eran formas de ocupar el tiempo. La orientación de este creador hacia el caso de Louise Woodward, depende de su reconocimiento en tanto noticia valiosa, lo cual él entiende en términos de audiencia potencial (y muy acertadamente, si tomamos en cuenta el éxito de su página web): “cuando se anunció que el veredicto iba pronunciarse por Internet, miles de personas ingresaron ‘Louise Woodward’ en los buscadores para encontrar las últimas noticias”. Para él, las páginas de Louise equiparaban las del caso Clinton/Lewinsky, o las de la Princesa Diana, en cuanto a la atracción de visitantes a lo que los diseñadores consideran el núcleo de sus sitios web. Esto puede considerarse oportunista, pues se emplea la situación del caso para captar audiencias a partir de sus intereses en él:

Me fortalezco con las respuestas positivas de “mi público”; ellos me hacen querer seguir haciendo mis páginas más grandes y mejores. Tim.

El reconocimiento, para Tim, es un fin en sí mismo y lo que da sentido al diseño de sus páginas web. Muchas otras páginas, dentro de esta categoría, fueron encontradas a través de buscadores, incluyendo sitios de organizaciones religiosas. Orientados por la audiencia, los desarrollos “oportunistas” se ciñen por el comportamiento imaginario de los usuarios ante estos motores de búsqueda. En varios sentidos, el sitio de Jim, en algún momento, se tornó oportunista. Según él, decidió crear el sitio web para llenar un espacio vacío: “se me ocurrió después de haber visto casi todo el juicio por Sky TV y darme cuenta de que no había sitios con información sobre los últimos acontecimientos”. Así, en un principio, Jim diseñó un sitio que él mismo calificaba como “sesgado” (presumiblemente, a favor de Louise). Más adelante, decidió hacerlo menos parcial, y se encontró con que el número de visitantes aumentaba significativamente.

Para los autores de sitios que solicitan explícitamente apoyo para Louise, las páginas eran formas de actuar ante el caso, lo cual podía, de paso, satisfacer una necesidad de información, como sugiere Frank:

Quería compilar todos los hechos, disponibles desde distintas páginas, y ponerlos en mi página de modo que cualquier persona interesada pudiese tener toda la información en un mismo espacio. Frank.

Para otros, sin embargo, el desarrollo de una página web, y su presencia en Internet, es en sí misma una forma de pronunciamiento:

Páginas web como estas son como las etiquetas que llevamos encima...son como una insignia que muestra el apoyo a determinada causa cuando no hay suficientes personas expresando su posicionamiento ante los hechos. Jeff.

Aunque atraer una audiencia no sea tan fundamental en estos casos como lo sería para los oportunistas, el reconocimiento sigue siendo un factor que da significado a la página como acción a favor de Louise. Las visitas y sus conteos demostraban la visibilidad de la página en tanto pronunciamiento de apoyo a Louise.

El reconocimiento es, por tanto, un elemento fundamental que da sentido al trabajo de los creadores de páginas web. Al mismo tiempo, el diseño web es una actividad placentera en sí misma, un arte o una destreza que se practica, se aprecia y se muestra:

Veo el diseño web como un arte. Es un proceso creativo con el ordenador, limitado solamente a mis conocimientos sobre HTML y los programas que empleo. Con el tiempo podré utilizarlos con maestría. No creo en hacer páginas complejas o a la moda (¡aunque sí que podría!). Los avances en HTML, hoy en versión 4, así como los *plug-ins* demoran años en llegar a ser accesibles para la mayoría y, con la llegada de este tipo de aplicaciones, inevitablemente, se va cerrando el mercado. Ya no hay razón para que con un simple gráfico y un texto no se pueda diseñar una página web decente. Mike.

Esta afirmación surgió en el marco de la auto-representación de las páginas de Mike como aspirante a diseñador web, y pueden interpretarse como un recordatorio a la audiencia imaginada de que la simpleza en el diseño es signo de buen gusto y consideración, no de carencia de habilidades. Las afirmaciones de Mike también aluden al proceso de aprendizaje. La página personal a la que me condujo el trabajo de Frank, sobre Louise Woodward, contenía vínculos con “[su] primera página web” y “[su] segunda página web”, construyendo así la historia de la implicación del autor con el mundo de la Red. Si bien esta suerte de biografía contada tan directamente puede resultar inusual, las representaciones del compromiso de los autores con las páginas que han generado en el tiempo son bastante comunes. Más obvio resulta el mensaje de “página en construcción”, un elemento que busca, por un lado, lidiar con posibles críticas de la audiencia clarificando que el autor sabe que el trabajo está incompleto, y por otro, comprometerse con actualizaciones futuras para aquellos visitantes que estén dispuestos a volver. Este aspecto también demuestra la postura del diseñador ante un sitio web como proyecto inacabado con respecto al cual existe un compromiso personal, y un deseo de mejorar. La creación de páginas web requiere del desarrollo de ciertas destrezas, un proceso que los diseñadores parecen disfrutar. A través de mi propia experiencia, descubrí el placer que puede conllevar el diseño de una página web, y como profesora he notado también el beneplácito con el que muchos estudiantes construyen sus primeros espacios personales en

Internet. Quienes aprenden las herramientas básicas de esta práctica se muestran dispuestos a incorporar cada vez más aplicaciones que ven en otras páginas. El aprendizaje que envuelve la creación de páginas web depende, en gran medida, de encontrar posibilidades desconocidas en los sitios web de otras personas, una práctica que, además, permiten los navegadores que hacen posible ver el código fuente en HTML. En un sentido bastante claro, los creadores de páginas web constituyen una audiencia entre sí y, así, se mantienen al tanto del contexto en que insertan sus diseñadores particulares. Existe una preocupación manifiesta por elaborar sitios con un buen diseño y por justificar las decisiones con argumentos técnicos o estéticos para evitar que el público confunda la simpleza con incompetencia.

El placer de diseñar páginas web estuvo íntimamente relacionado con la importancia de incorporar características o aplicaciones que la audiencia no conociera y que pudiese valorar positivamente. A falta de retroalimentación directa, los autores proyectan sus propias preferencias sobre una audiencia desconocida; y tales preferencias tienen que ver con sus rasgos biográficos:

Prefiero una página limpia y abierta, con hechos claramente enunciados y citas. Quizás porque he pasado la mayor parte de mi vida en la academia y las ciencias, tiendo a estructurar y cohesionar mis escritos en un estilo formal de informe. Jeff.

Los autores suelen referirse a sus páginas web como proyectos de auto-expresión desde el punto de vista del diseño. Más explícitamente, las páginas personales dan una imagen de su autor, y la opción por la Red como medio para actuar en el caso de Louise Woodward forma parte de la biografía y la disposición personales. Para Geoff, el diseño de su página es una forma de acción que gira en torno a sus circunstancias:

Quería hacer algo y tenía la herramienta de Internet a mi disposición, así que creé un sitio web para darle más proyección al caso. Geoff.

Las páginas web pueden ser vistas como expresión de las identidades de quienes las diseñan, tanto en la estética como en el uso de los recursos para actuar frente al caso de Louise.

Así, pensar en las páginas web como actos de comunicación nos lleva hacia un complejo arreglo de orientaciones e imágenes. El diseño de una página web es también una habilidad práctica placentera para los diseñadores, quienes están muy al tanto de sus capacidades y de sus productos como objetos inmersos en contextos en los que pueden ser comparados con otros. En este sentido, el diseño web es también altamente competitivo. Además de estar incrustado en la vida de los diseñadores como un proyecto de auto-expresión, conlleva satisfacción personal en tanto es una habilidad de la que se puede sentir orgullo y una actividad que aporta algo a sus biografías de vida. La elaboración de páginas web, no obstante, adquiere sentido principalmente por su orientación hacia una audiencia, categoría imaginada conformada por personas que buscan información y por potenciales críticos tanto de la técnica como de la estética. Esto puede compararse con el trabajo de los profesionales de los medios ante la audiencia imaginada para sus programas (Espinosa, 1982; Pekurni, 1982; Schlesinger, 1978). Que los diseñadores web, al igual que los productores de medios, encuentren audiencia entre ellos mismos, es algo que se evidenció claramente entre muchos de

nuestros informantes, quienes hacían seguimiento de otras páginas y prácticas de diseño, interesándose por los contextos en que éstas se insertaban. Vemos así que los creadores constituyen también un elemento significativo en la composición imaginada de la audiencia, aunque el computo de visitas se mantenga como el principal criterio para evaluar la audiencia (la cantidad de visitas hablará, finalmente, del éxito o fracaso de la gestión de diseño como estrategia para maximizar el reconocimiento). El diseño, en este sentido, se maneja como una estrategia para dar visibilidad y presencia al contenido, lo cual servirá finalmente para atraer la atención de los visitantes. En términos de contenidos, se asumía el manejo de la temporalidad y la permanente actualización como rasgos que impresionarían a la audiencia. De ahí que las características temporales y espaciales en la organización de Internet, discutidas más adelante en este capítulo, y la gestión de la autenticidad y la identidad analizadas en el siguiente, requieran ser comprendidas en relación con la idea de audiencia y la orientación que toman los autores con respecto a ella a la hora de diseñar sus productos.

Las páginas web se han analizado según las prácticas que las dotan de sentido social. Así, hemos visto que la orientación al reconocimiento, el desarrollo de destrezas y la biografía son los elementos que dan sentido al desarrollo de la web para sus diseñadores. No hay razón para no plantear estas cuestiones, en sus mismos términos, a los colaboradores de grupos de noticias preguntando cuál es el sentido de publicar un mensaje allí y cómo se disipen los mensajes a la audiencia. La primera observación que tenemos que hacer es que las respuestas específicas a estas cuestiones pueden variar dependiendo del grupo de noticias que tratemos. Habíamos dicho, y al final de esta sección lo confirmaremos, que estos grupos conforman espacios sociales altamente diferenciados. Si bien se puede afirmar que comparten varias características, particularmente en la estructuración de cabeceras de mensajes, prácticas de citación textual y tratamiento de temáticas, también existen claras diferencias. Lo que da sentido a la publicación de un mensaje en un grupo de noticias, es tanto una comprensión básica del uso que puede darse a la tecnología, como del propósito del grupo de noticias. Es esta comprensión lo que posibilita la participación en el mundo social particular del grupo. El estudio intensivo de un solo grupo de noticias no permitiría ver las dos formas de comprensión que supone este tipo de participación, mientras que por el contrario, la comparación de tópicos a través de grupos nos permite trazar niveles comunes de entendimiento compartido de la tecnología, y de investigar las formas en las que se desarrolla y refuerza esta comprensión.

Si bien la publicación de un mensaje en un grupo de noticias implica cierta comprensión del contexto *online* en el que tienen lugar estas interacciones, el tipo de interacciones pueden ser distintas dependiendo del grupo. Una manera de explorar esa diferencia es observando la variación de orientaciones con respecto al caso de Louise Woodward en distintos escenarios donde se discutía ese tópico. Por ejemplo, en alt.teens, se convirtió en un tema para practicar una forma particular de interacción humorística y abusiva a la vez. En alt.true-crime, en cambio, llegó a ser una preocupación central cuyas interacciones se caracterizaban por discusiones detalladas sobre aspectos legales y sobre las pruebas presentadas. En otros grupos de noticias se podía ver con claridad que era, sencillamente, un tópico más de conversación. Vemos así que la orientación de los participantes hacia el grupo de noticias, y

hacia el caso de Woodward, varía ampliamente, lo cual puede apoyar la afirmación de que cada grupo de noticias conforma una comunidad de normas y valores compartidos. Nuestro trabajo, sin embargo, no llegó a un nivel de profundidad con cada grupo de noticias suficiente como para sustentar tal aseveración. Para nuestros propósitos, el desarrollo de las comunicaciones en grupos de noticias ha sido valorado en relación con el significado que tiene la audiencia en esos entornos y a la cuestión de cuáles son los medios más apropiados para convencerla e impresionarla, más que a la conformidad con determinadas normas sociales de la comunidad. La estructuración de los mensajes, en el mismo grupo de noticias, contiene ideas acerca de quien es la audiencia. Aquí, elementos como el signo >, se emplean para citar extractos de publicaciones previas, lo cual revela una serie de elementos de discusión, entre ellos: el trazo de expectativas acerca de lo que la audiencia debería, o no, ser capaz de recordar de los mensajes publicados previamente; pronunciamientos morales acerca de la propiedad sobre, o la atribución de, determinadas afirmaciones; la conversacionalidad, operacionalizada en torno a los turnos de palabra. Desenvolverse con éxito en un grupo de noticias depende en gran medida de la concepción que se tenga de la audiencia, a su vez íntimamente relacionada con el propósito de estas instancias en general, así como del grupo de noticias en particular.

Lo que hasta aquí he querido mostrar es que, tanto las páginas web, como las comunicaciones en los grupos de noticias, surgen y adquieren sentido gracias a las nociones de tecnología, audiencia y autor. Durante la interacción que mantuvimos con los diseñadores y participantes de grupos de noticias se articularon representaciones concretas de la tecnología, la audiencia y el contexto, del mismo modo que en los contenidos de sus mensajes y páginas web. Toda persona que genera contenidos en Internet suele tener ideas muy específicas y detalladas de lo que es su audiencia y de cuáles son las capacidades de las tecnologías de comunicación que utilicen. En el próximo capítulo, estudiaremos los modos en que las interacciones de Internet se presentan como auténticas, así como las identidades que allí se constituyen. Lo que sigue ahora es el análisis de la gestión de las relaciones en el tiempo y en el espacio, en Internet y las representaciones que se hacen de ellas en otros medios. Intentaremos mostrar cómo la audiencia se imagina como temporal y espacialmente localizada: los autores se sienten situados en contextos tempo-espaciales concretos y entienden las actividades de Internet sobre un telón de fondo de acontecimientos que, a su vez, tienen sus propias dimensiones espaciotemporales. Los complejos patrones de actividad resultantes serán examinados desde los conceptos de *collage temporal* y *espacio de flujos* de Castells (1996a).

## **El *collage* temporal**

Por lo general, entendemos una línea narrativa convencional como una serie de eventos conectados en el orden en que ocurrieron. Los eventos pueden distinguirse según el momento en que acaecieron y se muestran uno tras otro. Las narrativas que no siguen esta noción del tiempo pueden resultar confusas: una novela o una película, por ejemplo, deben emplear los *flashbacks* inequívocamente para evitar confundir al público que, normalmente, espera ver los sucesos transcurrir en una secuencia *lineal*. La narrativa cronológica lineal es, además de una

forma de presentar los eventos, un pronunciamiento sobre antecedentes y consecuencias que asume un tipo de cronología absoluta, un “tiempo” objetivo a partir del cual los sucesos pueden ordenarse y medirse. En el capítulo anterior dimos una descripción lineal del caso de Louise Woodward, destacando cómo ciertos eventos mediáticos, en Internet y en la vida de las personas que participaban en campañas, se conectaron con los sucesos de los tribunales de justicia en Boston. En esa concepción lineal del caso, sin embargo, coexisten y colapsan diferentes líneas temporales.

Digamos que producir una descripción del caso de Woodward depende fundamentalmente de la competencia cultural para interpretar patrones complejos de temporalidad; una afirmación que pasaremos a sostener de inmediato. La cuestión ahora consiste en revelar en qué pueden consistir tales patrones y qué competencias culturales son necesarias para darles sentido.

La secuencia central de sucesos en el caso de Louise Woodward, de la que todas las demás dependen, viene dada por acontecimientos en (y alrededor de) la sala de vistas en Boston. Las reacciones posteriores, que afectan hasta el pueblo natal de Louise, están directamente relacionadas con estos sucesos. Durante nuestra etnografía, por supuesto, era este el eje secuencial de los sucesos, desarrollado día tras día, como una serie de sucesos concatenados que venían de un pasado visible hacia un futuro imposible de predecir. Tal secuenciación fue también punto de referencia para los creadores de páginas web en apoyo a Louise Woodward y para los colaboradores en los grupos de noticias que discutieron el caso. Este asunto en la red tenía un claro referente en la vida real y todo lo que ocurría en Internet estaba de alguna manera relacionado con los acontecimientos de la vida real. Y fue ese, en síntesis, el rasgo particular que decidimos estudiar en esta etnografía. Precisamente, escogí un acontecimiento que fuera de la vida real y tuviera una dimensión en Internet, puesto que estaba interesada en analizar Internet como cultura y como artefacto cultural, a la vez. Cabe señalar que, aunque en el caso escogido los acontecimiento “reales” se consideraron punto de referencia por todos los actores implicados, ésta no es una característica universal de Internet.

La columna vertebral del caso de Louise Woodward, por tanto, fue una secuencia real de acontecimientos relacionados con ella que tuvieron lugar en Boston. No obstante, para casi todos los involucrados, esta secuencia “real” se vio filtrada a través de otra cronología: la de la cobertura mediática. Los medios de comunicación combinan múltiples voces y discursos para producir narrativas que los televidentes pueden seguir (Fairclough, 1995). El verdadero testimonio del poder mediático para trascender el tiempo y el espacio –y particularmente este último– fue que los televidentes adoptaron la posición de comentar y evaluar el caso. Estar en presencia de la cobertura mediática, y particularmente ante las filmaciones en vivo de los acontecimientos dentro de la sala de juicio o en Sky TV, era equivalente a tener acceso a los eventos, como veremos en el capítulo VI. Pero la cobertura televisiva es, a su vez, un despliegue temporal programado de los eventos ocurridos. Si bien los boletines de noticias en canales tradicionales de televisión aparecen normalmente a horas específicas, al final del caso se interrumpía la programación establecida para dar avances y programas especiales sobre Louise, lo cual demuestra el inmenso valor del caso en tanto noticia, así como el interés

público que las noticias podían reflejar y crear. Los periódicos, por su parte, también suelen tener sus cronogramas; cuando se imprimen diariamente, por más que pasen por diferentes ediciones, están férreamente limitados por tiempos estipulados. Tanto la televisión como los periódicos se rigen por cronogramas que no son sino filtros que imponen una estructura temporal a la información. En el caso de Louise Woodward se insinuaba que Internet podría ser un medio de gestión de las noticias menos estructurado temporalmente.

Internet adquirió relevancia tanto en televisión como en los diarios cuando el juez Zobel anunció que revelaría su veredicto final a través de este medio. Las interpretaciones de tal decisión, en los varios medios, produjeron representaciones muy polarizadas de la Red. Por una parte, la decisión era vista como un gesto democrático y globalizador de acceso a la información. Por otra, la decisión fue tomada con repudio por elitista, tecnologicista y, por ende, excluyente. A pesar de tal polarización, todas las informaciones parecían concordar en cuanto a un aspecto de Internet: es un medio privilegiado por su acceso instantáneo a la totalidad de la información. Esta expectativa generó la oportunidad de hacer de cualquier evento relativo al caso, algo digno de noticia. A la siguiente semana, cuando el fallo del juez se había hecho público, el papel de Internet fue comentado en numerosos espacios mediáticos, y la televisión no fue nada indulgente a la hora de explotar su relativo triunfo en la competencia por mostrar “los últimos avances”. A las 10 de la noche, el 10 de noviembre del 1997, el programa “noticias a las 10” mostraba escenas de la campaña en Boston y comentaba que “La campaña de Internet fracasa: la noticia viene de los medios”. Las imágenes mostraban un grupo de personas reunidas intentando infructuosamente ver las noticias por ordenador mientras que, al otro lado del espacio, yacía encendido un aparato de televisión al que nadie prestaba atención. Los titulares en medios periodísticos también se cernieron sobre el fracaso de Internet ante la expectativa de “instantaneidad” que tanto se había alimentado: “Internet desplazada por poco fiable” (*The Daily Telegraph*, 11 de noviembre de 1997, pág. 3); “Náufragos. El fracaso de Internet” (*The Times*, 11 de noviembre de 1997, pág. 2); “El mito de Internet se estanca en su mismo tráfico; el poder de las tecnologías punta no puede con su propio peso” (*The Guardian*, 11 de noviembre de 1997, pág. 4); “Últimas noticias atrapadas en la Red” (*Daily Mail*, 11 de noviembre de 1997). En parte, resulta irónico que estos titulares aparezcan publicados al día siguiente cuando, en realidad, la decisión del juez se atrasó tan solo una hora en Internet. Se sentenció el éxito o el fracaso de Internet según las expectativas generadas y no en base a estándares absolutos sobre cuan velozmente tenía que llegar la información.

Las representaciones mediáticas de Internet destacaron sus posibilidades temporales, realizando comentarios sobre su potencial inmediatez y contrastándola con la experiencia real de tener que esperar que la información se descargase. En gran parte, esta representación se basó en sitios web de agencias de noticias, con capacidad para reaccionar rápidamente y con intereses comerciales explícitos en sacar la información al aire lo antes posible, aspecto que tiene poco o nada que ver con los sitios web “amateurs” que participaron en nuestra etnografía. En otras palabras, los diseñadores con quienes interactuamos no tenían los mismos recursos que las agencias de noticias, ni los mismos intereses en tener información

actualizada. Lo que sí compartían era la preocupación por la audiencia y la valoración del reconocimiento. Es desde la orientación de los diseñadores de páginas web hacia sus audiencias, discutida anteriormente, que surge la necesidad de mantener las páginas al día. Otra de las demandas del público imaginado era que la información se pudiese descargar fácil y rápidamente, y que informara sobre el estado de la situación. Analizando estas páginas web pudimos ver cómo esta preocupación deviene en una gestión explícita de la temporalidad.

La figura 5.2 pertenece al sitio web de Jim. El panel central nos ubica en el presente; un presente particular en el cual Louise, de 20 años de edad, se encuentra en Boston, a la espera del veredicto final. Pero también nos proyecta hacia un futuro cercano: el veredicto aparecerá “en cualquier momento”. Combina así una prometida inmediatez con el inmenso atractivo de la información que está por llegar. Otros marcadores temporales nos invitan a ir atrás en la historia para ver “el comienzo de la pesadilla”, o seguir la secuencia de acontecimientos en un diario, mientras que el camino al presente lo encontramos en las últimas noticias. El presente, también, es el 9 de junio de 1998, fecha en la cual fue actualizada por última vez; o tal vez el 11 de Junio, cuando yo la imprimí para la edición de este libro. Se nos asegura que la página se actualiza regularmente, pero a la vez, hay una indicación de que “esta página está en construcción”, con lo cual el sitio es de actualidad inmediata a la vez que promesa de actualizaciones futuras. Se atiende así a una audiencia que requiere información al día y que puede sentirse atraída por la promesa de noticias frescas en un futuro inmediato. Jim interpretaba la temporalidad de las visitas que llegaban a su página y, en algún momento, decidió repasar todo el sitio haciendo los cambios necesarios para que pudiese descargarse más fácilmente. Él intuía que el reciente incremento de visitas se debía a la cobertura mediática acerca del resultado de la apelación, todavía pendiente. Recurría a los medios y su supuesto efecto en los usuarios de Internet para dar sentido al aumento reflejado en su contador de visitas, y a los comentarios en su sección de opiniones. Así, podemos decir que la cronología establecida por el desarrollo de los acontecimientos y registrada en los medios de comunicación, proveía de un contexto para que los gestores de páginas web interpretasen el flujo de visitas que obtenían en sus páginas. Los hechos más importantes del caso, como la liberación del veredicto del juez o del pronunciamiento final de la Corte Suprema de Justicia eran vistos comúnmente como motivos para el aumento del interés de los visitantes, y en consecuencia, del tráfico en las páginas web. Como decíamos, los creadores de páginas web entienden los índices de audiencia en relación con hechos mediáticamente proyectados, cuya consecuencia es el uso de motores de búsqueda para encontrar información de último minuto. Y en nuestro caso, tenían toda la razón pues, como dijimos en el capítulo IV, yo misma fui una de esas personas motivadas a buscar información en Internet a partir de lo que comentaban los medios acerca del caso.

En la sección personal de su página web, Jim ofrece comentarios sobre sí mismo y su familia. Tiene 34 años, está discapacitado por una extraña enfermedad nerviosa, y no ha dejado de utilizar ordenadores desde su primer Sinclair ZX80, a los 16 años. También en su página, nos narra el camino que lo llevó al mundo web y añade que revisa el correo electrónico y navega por Internet todos los días, lo cual demostró cabalmente por la rapidez con la que respondía a

mis correos electrónicos. Le pregunté cómo había llegado a la decisión de crear un sitio para el caso de Woodward, y me comentó que la idea se le ocurrió en octubre de 1997, después de ver el juicio en televisión y encontrar sitios en la web con las últimas novedades. Su sitio se actualizaba permanentemente, según nos contó, fundamentalmente con noticias y opiniones que llegaban, las cuales eran publicadas dentro de las 24 horas siguientes. En su descripción, Jim se orientó según la secuencia del proceso judicial, por su cobertura en medios de comunicación y en páginas web. Este diseñador fue el único que no hizo referencia a ningún tipo de limitación temporal, en su vida cotidiana, que no le permitiera actualizar el sitio en cualquier momento que él quisiera.

La figura 5.1 es el sitio web de Simon, desarrollado en colaboración con un amigo cercano y publicado, tal como lo encontramos, en junio de 1998. Una página, evidentemente, a favor de Woodward, que alienta a sus visitantes a “colocarse una banda amarilla como apoyo a Louise” y que contiene una serie de marcadores temporales que la ubican en marcos y frecuencias diferentes. La sección de “últimas noticias” del 5 de junio nos lleva a un presente que ofrece los últimos acontecimientos significativos del caso, aunque también se puede ver también cuándo fue actualizada por última vez, lo cual nos lleva a otro presente, a primeras horas de la mañana del 6 de Junio. La sección de opinión se actualizaba automáticamente, mostrando un presente distinto y definido por los visitantes. En el sumario de la página se ofrecen las principales secuencias del proceso, utilizando el tiempo pretérito, delimitando el fondo temporal desde el cual ha de ser vista la página. La página de Simon nos permite ver lo que sucedió en el pasado a la vez que nos exhorta a actuar en el futuro, sobre la base de una valoración de lo sucedido –un posicionamiento. Los marcadores temporales del sitio tienen, por tanto, una doble función: satisfacen una demanda de hechos actualizados en el sitio, y proveen un contexto histórico alrededor del cual se posicionan las afirmaciones o valoraciones allí presentes.

Al observar más detalladamente el sitio de Simon, se puede encontrar algunas inconsistencias con respecto a la gestión del presente. En el sumario, por ejemplo, se nos dice que Louise “está” esperando (ahora) la apelación, el 6 de marzo, mientras que las “últimas noticias” nos llevan a un presente que está tres meses más tarde. Esta inconsistencia, sin embargo, no resulta problemática en el contexto del sitio, por cuanto existe una variedad de recursos para resolver las aparentes rupturas de la realidad (Pollner, 1987) causadas por marcos temporales en conflicto dentro de una misma página web. Una lectura desde el sentido común sugeriría que hay un error: el autor actualizó las últimas noticias pero se olvidó de confirmar la información con el texto del sumario. Parte del sentido común del lector también repara las inconsistencias (Schegloff *et al.*, 1977) para comprender lo que tiene ante sí, tal como ocurre cuando una conversación coloquial pierde todo orden, y los interlocutores inician un trabajo de reparación revisando las interacciones en forma regresiva (Garfinkel, 1967). En el caso de la navegación por Internet, ese trabajo de reparación se da frente a las aparentes inconsistencias, y tiene por objeto rescatar el sentido de una página web según criterios de normalidad. Tendríamos otros recursos de “reparación” de páginas web, en este sentido, si considerásemos algunas estrategias para manejar información sobre la fecha actual, los contenidos alternativos

obtenidos de otros sitios web o medios de comunicación, y supiéramos lo que implica producir una web. Por poner un ejemplo, el proceso de actualización se hace por partes, de modo que cualquier desarrollador web sabría que no se re-crea una página enteramente con cada actualización, sino que solo se altera en secciones determinadas.

La página presentada en la figura 5.1 se ha congelado en el tiempo tal y como fue impresa en un momento dado. Inicialmente, Simon escribió lo siguiente: “Yo \*intento\* mantenerla actualizada. De hecho, ahora tendría que hacerle algunas modificaciones :) La actualizo cada vez que recibo nuevas opiniones, o cuando hay acontecimientos con respecto al caso”. Este autor expresó el mismo sentimiento de responsabilidad que ya otros diseñadores habían mostrado por mantener un espacio que reflejara los acontecimientos. De uno u otro modo, todos ellos comparten una opinión que Mike supo reducir al mínimo de palabras: “un sitio que no esté actualizado se ve mal”. El trabajo de actualizar, no obstante, requiere tiempo. El 18 de Junio, Louise llegó al Reino Unido y dio una conferencia de prensa desde el aeropuerto. Ese mismo día, apareció una transcripción de sus palabras en el sitio de Mike, junto a una declaración en el sumario que contenía lo siguiente:

Simon trabajó como un demente para tener esta transcripción de la entrevista en el aeropuerto de Manchester antes de irse a su oficina :) [Haz clic aquí](#) para ver el fruto del esfuerzo.

En el sumario, por su parte, se presentaban disculpas a visitantes que pudiesen decepcionarse de la página:

Pues bien, amigos y amigas, recordad que la sección de [Opiniones](#) se actualiza a mano, y últimamente ha dado mucho trabajo :) así que, por favor, sed pacientes si me retraso un poco. Gracias. Admito que la página pueda parecer un tanto desactualizada (es que estoy en exámenes, ya veis) – estaré arreglándola y haciendo una buena actualización esta noche después del trabajo (alrededor de las 10 pm BST). Que tengáis un buen día.

De este modo, Simon localiza a sus posibles visitantes dentro del contexto de su vida personal, en la cual hay trabajo y exámenes, y además promete que en el futuro estará en capacidad de hacer los trabajos de actualización que hacen falta. En comunicaciones electrónicas, estuve bromeando con él acerca de su vida estresada, y me respondió:

Tengo un examen más adelante y seré libre. La verdad es que esto me quita bastante energía. Generalmente estoy despierto a las 2 a.m. si es que no tengo examen al día siguiente. Entonces veo Star Trek: Viaje a las Estrellas.

Está claro, por tanto, que producir una página web es algo que demanda tiempo. Estas tareas suelen competir con otras actividades y compromisos, al igual que esta misma etnografía. El hecho de no tener el sitio actualizado daba pie para pedir disculpas o justificarse ante la audiencia, invocando limitaciones personales. Cuando se trata de la necesidad de actualizar páginas web sobre la base de los últimos acontecimientos del caso, los administradores de sitios de apoyo a Louise Woodward se referían a los eventos importantes de sus vidas *offline*. Uno de ellos, Geoff, comentó cómo las exigencias escolares chocaban con los progresos del caso de Woodward:

La mayoría de los acontecimientos han ocurrido en estos días en que yo he estado en revisión de exámenes, y no he podido actualizar ninguna de mis páginas.

Cuando establecí contacto con Mike la primera vez, me explicó que:

Me he vuelto un poco haragán con esto de actualizarla. Hay otros sitios web y yo no tuve ordenador en casa sino hasta hace muy poco (una semana, de hecho).

Observamos que tanto Mike como el resto de creadores comparten la creencia de que las páginas web tienen que estar al día. En su sitio personal, el enlace hacia el portal de Louise Woodward se presenta junto a una frase en la que él declara su intención de “mantener este sitio en pie, incluso después de que termine el caso, incluso aunque la resolución sea un monumento a la injusticia”. El sitio personal hace también las veces de portafolio expresando el deseo que Mike tiene de conseguir un empleo como diseñador de páginas web. Y como tal, este portafolio tiene una relevancia temporal muy diferente, que se traza como un registro de logros pasados y habilidades presentes, más que como fuente actualizada de información.

Lejos de flotar libremente en cierta atemporalidad, las páginas web gestionan el tiempo. Podría decirse que el formato web permita alojar varias temporalidades que provoquen inconsistencias en algunos casos, pero eso no deja de ser una gestión del tiempo. Por otra parte, además de gestionar tiempo, las páginas web demandan tiempo. Tal como Swales (1998) señaló lo que cuesta redactar trabajos académicos y cómo estos están inmersos en una red de relaciones complejas junto a otros compromisos personales y profesionales, el trabajo de producir una página web se inserta dentro de otras rutinas y obligaciones. Así, los desarrolladores web cuentan con una cronología propia, que filtra los eventos *offline* y su representación en los medios. Por una parte, ellos sentían que era moralmente imperioso actualizar sus trabajos de manera que reflejasen los acontecimientos en el caso de Woodward, y por otra, tenían que coordinar tal obligación con otros aspectos relativos a exigencias de sus propios estilos de vida, manteniendo determinada imagen frente a los medios a través de los cuales se habían enterado del caso de Louise. La interacción entre la gestión y el consumo de tiempo produce el *collage* temporal. Un extraterrestre hipotético que hiciera un seguimiento al WWW desde Marte (sin acceso a la televisión o a los diarios), experimentaría ese *collage* temporal en toda su extensión. Dependiendo de dónde mirase, el extraterrestre podría encontrar que Louise había sido liberada, en los tribunales, ante el veredicto de la apelación, o acusada y a la espera del juicio. Las páginas web individuales gestionan sus propias localizaciones en el tiempo; construyen su propio pasado y futuro, representando secuencias temporales que producen sentido en el contexto. Sin relación con cronologías externas, provenientes de otros medios u otras páginas, el *collage* temporal del *World Wide Web* aparecería como un entramado de temporalidades irreconocibles. Sin esos referentes externos que lo provean de un contexto cultural, el extraterrestre no tendría las competencias para leer el *collage* temporal ni para entender Internet.

El concepto de *collage* temporal es hasta cierto punto aplicable a Internet, pero desprovisto de un contexto etnográfico, resulta problemático. Los grupos de noticias pueden ser vistos también, en buena medida, como *collages* temporales. Las características de distribución en red y las distintas zonas horarias, pueden producir algunas interesantes anomalías temporales: una respuesta puede recibirse en un lugar antes de la hora “real” en que haya sido originalmente escrita; formalmente hablando, dependiendo de la ubicación geográfica, algunos

mensajes pueden ser incluso recibidos antes de que hayan sido enviados. En este sentido, los grupos de noticias tienen una relación compleja con el tiempo lineal. Al momento de entrar, un grupo de noticias puede estar discutiendo varios temas a la vez, algunos de los cuales son imposibles de rastrear hasta su origen. De hecho, es raro encontrarse con un solo tema, pues lo común es que haya varios tópicos de discusión entrecruzados que aparecen intermitentemente. Se podría decir que los grupos de noticias (así como otras formas de comunicación por Internet) se distinguen por su simultaneidad (Kirshenblatt-Gimblett, 1996), pero concluir de ahí que son un *collage* temporal sin coherencia alguna sería desatender la estructuración que se establece con la organización de mensajes en hilos de discusión, la orientación de contenidos de esos mensajes hacia eventos externos, y el esfuerzo que hacen quienes participan por dar sentido a los mensajes que tienen frente a sí.

La organización de mensajes nos da algunas claves acerca de la temporalidad, al menos en sus cabeceras, que nos informan de la fecha y hora en que fueron redactados. A su vez, la distribución de un mensaje obedece a otra temporalidad. Además, cada nueva intervención no mantiene la totalidad de los mensajes previos sino que, por cuestiones de espacio, conserva los más recientes. De este modo, el tiempo de permanencia de un mensaje variará de acuerdo al tráfico del grupo de noticias y del espacio disponible, lo cual, a su vez, dependerá de la percepción de relevancia que provoque el mismo grupo de noticias. Los grupos de frivolidades, por ejemplo, tienen un gran volumen de mensajes y probablemente sea donde menos duren. Si bien los mensajes disponibles al conectarnos con cualquier grupo de noticias pueden parecer como un “presente”, o un “ahora” para los propósitos de lectura y redacción de respuesta, ese presente será sutilmente distinto para cada lugar y por cada vez que se conecte cualquier otro usuario. Por otro lado, existe un claro sentido del presente en estos grupos, demarcado por la presencia o ausencia de mensajes en el cuadro de noticias, lo cual no implica que el pasado sea inaccesible. Los grupos de noticias cuentan con registros de mensajes que se pueden leer según su orden o de acuerdo a palabras clave. Estos archivos contienen una historia para cada grupo de noticias, además, claro, de la que puedan contarnos miembros con buena memoria. Todas estas son razones para pensar que los grupos de noticias están tremendamente temporalizados en tanto hay una demarcación clara (aunque cambiante) entre lo que ha sucedido, lo que sucede y lo que sucederá ahí dentro.

Los mensajes de los grupos de noticias están, hasta cierto punto, situados y temporalmente marcados por la información en la cabecera. Algunos, sin embargo, se sitúan en el tiempo cuando su mismo contenido explica por qué el autor escogió enviar sus opiniones en un momento particular. Las respuestas, por su parte, se justifican temporalmente como réplicas a los textos que las anteceden: su temporalidad es relativa a los mensajes precedentes, a la vez que al grupo en el cual se inscribe. Por otro lado, los nuevos hilos temáticos que van surgiendo suelen demandar alguna razón por la cual sea relevante plantearlos en determinados momentos. Todo esto muestra la importancia de articular una declaración como algo “temporalmente relevante” en tanto reacción a algún hecho externo, más que como una especulación cualquiera, una ocurrencia al aire. En nuestro caso de estudio, especialmente cuando se plantean nuevos hilos temáticos o argumentales, los contenidos de los mensajes se

caracterizaron por aludir a sucesos mostrados por televisión, leídos o escuchados. Nuevos acontecimientos, tales como la impugnación del delito de asesinato, la liberación de Louise o la publicación de una entrevista en la revista *Panorama*, siguieron con un incremento de discusiones relevantes en los grupos de noticias interesados por el caso.

En un sentido general, las discusiones en estos grupos pueden relacionarse con eventos *offline* en el sentido de que un nuevo incidente en el caso despierta nuevos argumentos o inflama alguna discusión, pero las contribuciones de individuos también suelen hacer referencia a su disponibilidad de tiempo tanto en “la vida real” como en la “vida virtual”. Los creadores de páginas web sentían la responsabilidad de reflejar allí los últimos acontecimientos en el caso de Woodward, pero tenían que adaptarse al resto de sus obligaciones. Una falta de actualización como reacción a nuevos sucesos se percibe que merece una disculpa. Los participantes de grupos de noticias (o sus potenciales colaboradores), por el contrario, no parecen sentir la responsabilidad individual de responder a los mensajes publicados. Si bien con frecuencia allí se pueden encontrar justificaciones de los mensajes enviados, es muy raro encontrar disculpas por no responder. Cuando ocurre, se podrían interpretar como muestras de compromiso personal hacia el foro, o como evidencia de que una persona ha logrado un protagonismo tal que su ausencia podría afectar al resto de participantes. Pero lo común es que los mensajes de los grupos de noticias, aun orientados a determinadas audiencias, se construyan interactivamente (por ejemplo, en caso de corregir algún malentendido o despejar cierta desinformación), y no en relación a secuencias temporales lineales, propulsadas por alguna intervención en particular. En el capítulo VI exploraremos la relación entre estos mensajes y la corrección de la desinformación en el grupo de noticias de alt.true-crime.

En un grupo de noticias es el lector quien en última instancia marca la estructura temporal de sus lecturas, desarrollando incluso una gran sensibilidad en relación a la organización temporal de los mensajes, ya que para leer la producción de un grupo de noticias como un cuerpo de textos con sentido, es necesario “acostumbrarse” o adaptarse a determinada secuencia de mensajes y a su descomposición en hilos temáticos de discusión. Es común experimentar dificultades para adaptarse a las discusiones la primera vez que se entra a un grupo de noticias, pues el entramado de hilos simultáneos de discusión, sin comienzo ni final visibles, parece no tener orden ni sentido alguno. Dicho de otro modo, aprender a leer y comprender el funcionamiento de estos grupos pasa por descomponer una maraña inicial de mensajes en hilos concretos de argumentación, para entonces dar sentido a los contenidos en tanto elementos de un proceso de interacciones “en vivo”. Los colaboradores y lectores de grupos de noticias advierten cuando un nuevo hilo argumental se desata, y suelen no tener dificultades para contribuir con su progreso o simplemente seguirlo. Una informante en nuestra etnografía, a su vez miembro de un grupo de noticias, solía escribirme para avisarme cuando surgía el tema de Louise Woodward en las discusiones. Comprendía la temporalidad de los eventos en su grupo, pues era capaz de seguirla y orientarse a través de ella. Ver Internet como un *collage* incoherente y sin estructura temporal de ningún tipo, sería prescindir abruptamente del desarrollo de este tipo de habilidades por parte de quienes allí participan. Habilidades que, dicho sea de paso, resultan muy significativas.

Así, desde una perspectiva etnográfica, el *collage* temporal de Castells (1996a) deja de ser funcional, pues pasa por alto el trabajo interpretativo desde el cual los participantes logran producir sentido a partir de ordenamientos temporales dispares, así como las competencias culturales que desarrollan para ello. Cuando Adam sugiere que “todo tiempo es un tiempo social” (1990, pág. 42), busca resaltar que el tiempo lineal y progresivo es, en sí mismo, una construcción social –no una estructura preexistente a su interpretación– sobre la cual se desarrollan otras temporalidades. Toda temporalidad se construye como resultado de prácticas interpretativas, y la idea de que existen competencias culturales que orientan las diferentes temporalidades, ni es nueva, ni se reduce al ámbito de las comunicaciones electrónicas. Ya Zerubavel (1979) realizó su “Tempografía” en un hospital, llegando a la conclusión de que había diferentes maneras de percibir el tiempo y de controlar actividades por medio de él. En su trabajo, las múltiples temporalidades sirvieron de base para dividir y controlar el trabajo, así como para asignar distintos subgrupos dentro de aquel hospital cuyos habitantes, curiosamente, no presentaron dificultad alguna para desenvolverse en espacios con temporalidades diversas y, en ocasiones, conflictivas. También han trabajado con nociones de temporalidades múltiples Traweek (1988a; 1988b) y otros autores presentados por Dubinkas (1988). En estos casos, la operatividad de las distintas formas de ordenar actividades sociales en el tiempo, así como las distintas percepciones del tiempo mismo, son las principales características de la organización del trabajo alrededor de la tecnología punta. Una vez más, no se llega a un *collage* temporal incoherente y sin sentido sino, muy por el contrario, a una multiplicidad de temporalidades altamente organizadas y de mucho significado para los participantes. No es gratuito que, para los usuarios de Internet, la compleja congregación de temporalidades, tenga sentido.

## **Espacio de flujos**

Si la temporalidad se estructura en Internet de distintas maneras, cabe preguntarse qué ocurre con el espacio, cuál es la relación entre la Red como espacio social con los espacios generados por la cobertura mediática y con nuestra vida cotidiana, cómo se conectan los diferentes espacios dentro de Internet y cómo sostienen los límites que los distinguen entre sí. Es necesario ver si acaso todos los espacios en Internet son iguales, o si existen jerarquías basadas en la centralidad y la marginalidad, para lo cual nos centraremos en la gestión del espacio alrededor del caso de Louise Woodward, así como en las relaciones que se formaron o reformaron entre los distintos lugares a medida que éste evolucionó. Desde una perspectiva sociológica, la espacialidad es algo más que una proximidad física o una distancia. El espacio, como localización o como lugar (Appadurai, 1996), puede constituirse como una forma de pensar sobre la mutua interdependencia y la coherencia compartida de las prácticas situadas, interpretaciones y relatos.

Con respecto al caso de estudio, la televisión, la radio y la prensa no tuvieron dudas acerca de los lugares donde concentrar su atención: Boston, y en particular la sala donde se llevó a cabo el juicio, y Elton, aquel pueblo de Cheshire en el que se fraguaba la campaña por la liberación de Louise. La cobertura mediática mostraba intermitentemente los procesos seguidos en la

corte de Justicia y en el bar de Elton, esperando que se desarrollaran los acontecimientos para entrevistar a aquellas personas relacionadas en alguna medida con el caso. La cobertura televisiva transmitía desde ambas localidades, consideradas las principales, para generar en su audiencia una sensación de presencia real, por lo cual podemos asumir que los espacios que cubren las cámaras se determinan en función de los televidentes. Por ejemplo, podemos ver una secuencia de escenas mostrando un grupo de gente reunida en un bar, pero la voz en *off* nos deja claro que no se trata de un bar cualquiera:

Voluntarios de la campaña se agrupan en un bar del pueblo natal de Louise en Cheshire (BBC1 'News', 9 p.m., 5 de noviembre de 1997)

Se envía a los reporteros a los lugares clave para ofrecer sus observaciones en el escenario de los hechos, observaciones y para entrevistar a los presentes. Otra vez, la ubicación del reportero está especialmente remarcada para los televidentes:

Desde la audiencia en Cambridge, Massachussets, informa nuestro corresponsal (...). (BBC1 'News', 9 p.m., 10 de noviembre de 1997)

Nuestro corresponsal está en el pueblo natal de Louise, Elton en Cheshire, donde durante todo el día de hoy se han estado reuniendo sus seguidores, y se conecta desde ahí en directo para apoyarla. (BBC1 'News', 9 p.m., 10 de noviembre de 1997)

La importancia de saber dónde están estas personas es evidente. También se toma como prácticamente obvio que el público sabe por qué están en esos lugares. El televidente informado, al parecer, asume que las telenoticias lo llevarán tan cerca del corazón de la acción como sea posible, donde tendrá acceso directo a los hechos.

A medida que se fue desarrollando el caso, surgió otra localización importante para las noticias de televisión: Internet. Cuando el juez Hiller Zobel anunció que haría público su veredicto final por este medio, la televisión hizo todo lo posible por cubrirlo, cual si fuese otro espacio más. No obstante, representar Internet como un lugar ante la televisión y las cámaras se transformó en todo un reto para los equipos de producción, a veces algo ingenuos. La cobertura giró en torno a dos dispositivos. El primero consistió en abordar espacios físicos donde transcurrían los hechos, emitiendo imágenes de personas en campañas de apoyo a Louise, agrupadas alrededor de ordenadores y a la espera de noticias, tanto en Boston como en Elton. Estas imágenes, en su momento, sustituyeron imágenes anteriores en las que se mostraba a personas fabricando los brazaletes amarillos que simbolizaban el apoyo a Louise, y otras actividades semejantes. Esta presentación de Internet se concentraba en los contextos físicos donde se recibía, estableciendo su centralidad e ilustrando su presencia en esos lugares clave. El otro dispositivo, descontextualizaba el uso de la máquina: se mostraban escenas de páginas web a lo largo y ancho de la toma, de modo que la pantalla del televisor simulara un monitor de ordenador con el que se podía interactuar, dando muestra del dinamismo característico de estos entornos virtuales con el que la televisión no cuenta. Alternativamente, la toma podía retroceder para mostrar a la persona sentada frente al ordenador, casi siempre de espaldas a la cámara y, en ocasiones, dejando ver las manos escribiendo en el teclado. Era la escena de un "usuario" cualquiera, más que la muestra de alguna persona particular.

Fue así como Internet pasó a convertirse en un lugar significativo dentro de la cobertura mediática. El sitio web más frecuentemente nombrado durante tal cobertura fue el de *Lawyers Weekly* donde el juez Zobel publicaría su decisión final. Algunas agencias de noticias aprovecharon la oportunidad para promover sus propias páginas web y las de empresas con las que tuviesen relación, siempre que hubiesen sido escogidas por el juez para recibir información sobre el veredicto de manera independiente. El sitio web “Campaña oficial de justicia para Louise” también recibió cobertura, particularmente cuando se comentaba esta movilización, a diferencia del conjunto de sitios web “*amateurs*”, que no obtuvieron ningún tipo de reconocimiento en los medios masivos de comunicación social. Los medios legitimaron Internet como un espacio, pero a la vez establecieron sus diferencias. Las localizaciones clave en Internet se constituyeron a partir de focalizarse en determinados sitios web; así, la televisión y los periódicos ofrecieron una versión de la especialidad de la red, muy distinta de la que podemos obtener a través de navegar por la red por nosotros mismos, y que se estructura a partir de los vínculos que interrelacionan unas páginas con las otras de temática relacionada.

El *World Wide Web* cuenta con una estructura de hipertextos que permite que cualquier palabra o imagen pueda enlazarse con otras. Un autor puede generar un vínculo hacia su página, al igual que puede hacerlo cualquier otra persona, totalmente desconocida por él, en cualquier otro lugar de la Red. Así, cuando un usuario acciona el enlace, no necesariamente sabe adónde será conducido. Es a raíz de esta compleja estructura entrelazada, junto a la incertidumbre acerca de los lugares de origen de documentos, imágenes e información, que muchos han llegado a conclusiones sobre la no-espacialidad de Internet. Tal imagen, sin embargo, pasa por alto el nivel de conciencia que tienen los diseñadores de páginas web sobre el territorio de sus propios sitios, y de la espacialidad que surge de las diferentes conexiones entre ellos. Una de las dimensiones clave de la espacialidad en la Red es, precisamente, el territorio. Los creadores web que entrevistamos veían sus sitios como terrenos propios, sobre los cuales tenían ciertos derechos, privilegios, responsabilidades y obligaciones. Si bien el diseñador del sitio oficial de la campaña para Louise reconocía que su trabajo era parte de una movilización más extensa, otros propietarios tenían un control individual (o conjunto, como por ejemplo, en el caso de Simon) de sus trabajos. Estos sitios, en tanto territorio, también tienen tamaño; no son vistos como puntos infinitesimales en el espacio sino como sitios con fronteras trazadas y delimitaciones reales. La cantidad de espacio que los diferentes proveedores de servicios asignan a las páginas web, en este sentido, fue un aspecto de interés: un espacio demasiado pequeño limita las posibilidades de mejorar con más información. Casos como el prominente anuncio que diseñó Geoff sobre la consecución de 10 *mega bytes* más de espacio, de parte de su proveedor de servicios, nos hacen pensar que tales logros son motivos de celebración, pues es sobre esta concepción del “espacio” que se pueden planificar ampliaciones sustanciales de contenido a los sitios web.

El caso es que la web sí tiene una forma espacial, definida por su conectividad y no por la distancia. El alto grado de preocupación por la audiencia, así como las estrategias de visibilidad empleadas por los creadores de sitios de apoyo para Louise Woodward,

demonstraron en buena medida esta preocupación por la conectividad. Los creadores “aficionados”, que no cuentan con la publicidad directa de los sitios institucionalizados en medios masivos de comunicación social, desarrollan estrategias propias de difusión y promoción. Si bien informan de su dirección URL a todos sus contactos, o la colocan en la firma de sus correos electrónicos, esto es insuficiente para lograr gran cantidad de visitas. Así, ellos sienten que tienen escasas posibilidades de atraer a grandes cantidades de visitantes y, de hecho, es difícil que lleguen a constituirse como una “localización absoluta” cuyas direcciones sean escritas directamente por la audiencia en la barra de direcciones de sus navegadores. No obstante, sí que pueden llegar a ser “sitios relativos” a los que se llega por conexiones o enlaces desde otros sitios, logrando visibilidad y concurrencia. Si lo que se busca es garantizar su visibilidad, pareciera indispensable registrar la página web en motores de búsqueda, que son las páginas de destino clave a través de las cuales pasan muchos visitantes.

Para nuestra etnografía, durante el proceso del juicio, buscamos según el término “Louise Woodward” con cierta frecuencia en un mismo buscador ([www.infoseek.com](http://www.infoseek.com)), con el objeto de establecer comparaciones en el tiempo. La cantidad de sitios relevantes que encontró este motor de búsqueda a lo largo de todo el proceso de juicio, pasó de 165, el 5 de noviembre, a 707, el 11 del mismo mes. El 5 de noviembre, el “Sitio oficial de la campaña de justicia para Louise Woodward” ocupaba el décimo lugar, pero a medida que el caso evolucionaba, fue constituyéndose como centro de una extensa red de apoyo. Los sitios web más “aficionados” y peor enlazados, por el contrario, fueron apareciendo de manera cada vez más marginal. La relación centralidad/marginalidad es producto de diferentes prácticas de conexión y establecimiento de enlaces, empleadas tanto por el sitio oficial como por las páginas de apoyo de aficionados. El sitio oficial estaba estrechamente enlazado al grupo de apoyo de Boston; la mayoría de sus vínculos apuntaban a otras páginas de información dentro de la misma estructura del sitio, o a prestaciones que ofrece la página del grupo de apoyo de Boston. Algunos “aficionados” tuvieron enlaces desde el sitio oficial, pero todos esos vínculos se reunían en una página aparte como otras fuentes de información. Todo lo contrario de las mismas páginas *amateurs*, las cuales presentaban el vínculo al sitio oficial de forma prominente y en la página principal. El sitio de Simon, en la figura 5.1, contiene este vínculo en la parte de arriba del diseño e invita expresamente a los visitantes a entrar en ella. Muchos sitios se referían a la página oficial como el lugar donde verdaderamente se debía apoyar. Se consideraba que este sitio tenía la autoridad y la actualidad, en virtud de su proximidad a quienes diseñaban la campaña desde Elton y, por ende, a la misma Louise. El contador de visitas de la página oficial hablaba por sí solo del volumen de personas que accedían al centro de esta red de conexiones.

Cualquiera pudo haber llamado a su página “el sitio oficial” (y de hecho algunos lo intentaron), pero el consenso emergió alrededor del sitio web creado (aparentemente) por el equipo de la campaña en el pueblo natal de Louise, pues tenía razones de peso para adoptar el calificativo de “oficial”. Su ubicación como corazón de la Red de apoyo se vio reforzada por el hecho de estar, también, en un centro físico de atención. En ese sentido, la conexión entre el

centro físico del pueblo natal de Louise y el sitio web fue manifiesta. Que el espacio se exprese en términos de conectividad en la Red, no implica que sea homogéneo ni independiente del mundo físico sustentado en la distancia “real”. Además de los sitios clave de Elton y de Boston, se desarrollaron campañas llamadas “oficiales” en Irlanda, Francia y Australia. Para uno de los creadores de estos sitios nacionales era innegable que los sitios en Elton y Boston constituían los centros de información e implicación. Según este informante, creó su página por sugerencia de personas en campaña desde el Reino Unido quienes, a su vez, vieron que sería compatible con lo que él mostraba en sus páginas personales. La página resultante afirmaba que había sido “creada para dar una perspectiva [nacional]”, y mostraba los desarrollos más recientes del caso a través de resúmenes de la cobertura mediática, con lo cual también ayudaba a localizar el sitio. Remarcar la localidad nacional, en instancias como esta, es una práctica que busca involucrar y movilizar a una comunidad que, de otro modo, se podría sentir (geográficamente) demasiado distante de los acontecimientos. No está claro cuán exitosa haya sido tal estrategia. Muy posiblemente, la poca cobertura mediática haya conducido tanto a una falta de acontecimientos que seguir desde la página, como a una falta de interés por parte de los visitantes potenciales. Se observa, entonces, que el uso de Internet para promover la implicación a nivel local resulta dificultoso si no cuenta con otros estímulos, tales como la cobertura mediática.

Actuar en una ubicación geográfica determinada puede ser un arma de doble filo: puede dar fuerza a la autenticidad, pero también conducir a acusaciones de sesgo. Mientras algunos sitios estaban claramente marcados como pertenecientes al Reino Unido, la mayoría no contenía información sobre su origen. Esto podría interpretarse como una precaución ante acusaciones de “sesgo nacional” sobre el caso: omitiendo toda información sobre la nacionalidad, estos sitios buscaban favorecer su intención de ofrecer comentarios imparciales con respecto al desarrollo de los acontecimientos alrededor de Louise Woodward. Pero para eliminar cualquier referencia con respecto a la ubicación nacional, sería necesario prescindir también de toda vinculación que revele localidad, tanto física como en Internet. Y cabe notar que la terminación de una dirección web no necesariamente revela su localización de origen. Hoffman (1998) ha encontrado que los órdenes topológicos provistos por las direcciones en Internet se producen dinámicamente y no se asocian consistentemente a espacios geográficos. Sólo a unos pocos sitios se les concede el dominio de representación nacional, en nuestro caso “.co.uk”, y para nosotros resultaba difícil saber si las páginas que leíamos habían sido producidas en Estados Unidos o en El Reino Unido. Las notas de campo sobre visitas a sitios de Louise Woodward reflejan mis intentos por descubrir la ubicación de sus autores. Por ejemplo, el comentario cuando visité la página de Jim, reza lo siguiente:

Muy difícil saber si Jim está en el Reino Unido o en Estados Unidos, aunque la página familiar contiene varias pistas que nos hacen pensar en lo primero.

Obviamente, yo estaba asumiendo que su localización influiría en mi propia forma de interpretar su sitio web. Por lo general, me fijaba en una serie de señales para dar sentido a la localización de las páginas. El sitio de Simon era inusual en el sentido de hacer explícita su proveniencia del Reino Unido, y el de Frank se expresaba directamente desde “aquí, en el

Reino Unido”. Lo más común era encontrar la ubicación física de los creadores navegando por los enlaces en sus páginas personales y alejándonos de la de Louise Woodward. Era así como, con frecuencia, terminábamos encontrando enlaces a sitios locales, escuelas, universidades, espacios de trabajo y comunidades locales. Pero no sólo se representan ubicaciones nacionales, sino que también las hay institucionales y de afiliación, y nuestra atención – recordemos– no estaba en la supresión de lo local, sino precisamente en su representación.

En resumen, se puede ver que los conceptos de espacio aún mantienen relevancia en la interpretación de la Red. Los enlaces a localidades físico-geográficas no desaparecen por completo, sino que se expresan en función de contextos específicos. Por un lado, las páginas personales que revelan datos sobre ubicaciones físicas pueden ayudar a establecer la identidad del autor, pero por el otro, tal información puede mermar la pretensión de dar información neutral o imparcial. La incertidumbre inherente a la dirección de un sitio web con respecto a su verdadera ubicación permite jugar estratégicamente con la localización física como rasgo necesario en determinadas situaciones. Así, el *World Wide Web* no se experimenta meramente como un no-espacio, sino más bien como un entramado de relaciones y conexiones complejas, un espacio con modos propios de organización y diferenciación, en cuyas concepciones intervienen tanto los usuarios como los propietarios de páginas web. Estos últimos, particularmente, saben que sus páginas son territorios que han de atraer visitantes. Ahora bien, que de hecho lo logren, depende en gran medida de la cantidad de conexiones y enlaces que establezcan con otros espacios. Así, los distintos niveles de conexión y la cantidad de visitas recibidas organizan la jerarquía entre instancias centrales y marginales que convierten Internet en un espacio altamente diferenciado.

La espacialidad se nos ofrece como un concepto útil para abordar también nuestra experiencia en grupos de noticias. Una serie de autores, incluyendo Kirshenblatt-Gimblett, han apuntado que la clave para comprender el sentido del espacio en Internet no está en la ubicación físico/geográfica, sino en el contenido:

El tema, siendo la base sobre la cual una persona escoge comunicarse con otra, es lo fundamental a la hora de estructurar y navegar a lo largo de la Red. (1996, pág. 53)

Además de mantenerse a lo largo del tiempo como espacios sociales, los grupos de noticias suelen diferenciarse entre sí, según sus direcciones y localizaciones, de acuerdo a una jerarquía. El nombre del grupo, por lo general, señala el tema de discusión que allí se desarrolla, y así, Usenet cuenta con un primer “administrador” de posiciones sociales: los usuarios han de distribuirse en los grupos de noticias que representan espacios donde hacer determinados tipos de afirmaciones. Y cabe destacar que, aparte de los grupos que cuentan con algún tipo de moderador, no existe ningún filtro formal que mantenga las discusiones apegadas al tópico.

En nuestra etnografía, empleamos las prestaciones de búsqueda de Dejanews para encontrar textos de contribuciones que contemplaran las palabras “Louise Woodward”. Esto resaltaba las similitudes de estilo de interacción a través de distintos grupos de noticias, basadas en la

cita textual de extractos de mensajes anteriores para mantener la continuidad de un hilo argumental. Esta forma de búsqueda también permitía ver diferencias entre los diversos grupos de noticias que discutían un mismo tema. Lo considerado como sensible, lo apropiado, así como los estilos de relación e interacción, pueden diferir radicalmente entre distintos grupos. En general, los mensajes adquieren sentido para cada grupo de acuerdo al contexto. Anteriormente, y basándonos en los acontecimientos del caso de Louise Woodward, utilizamos la idea de relevancia temporal para demostrar cómo los nuevos hilos argumentales se organizaban con respecto a acontecimientos externos. La relevancia situacional se refiere al modo en que determinados argumentos se constituyen como tópicos adecuados de discusión dentro de un grupo dado. Para esto, nos apoyamos en la perspectiva del interaccionismo simbólico que Argyle *et al.* emplean cuando afirman que “las situaciones no se presentan pasivamente; son activamente percibidas y negociadas” (1981, pág. 17) . El concepto viene del trabajo de Schutz (1972), Goffman (1971) y Meyrowitz (1985), y demuestra que las interacciones sociales pueden interpretarse como una serie de acciones orientadas hacia la comprensión de los comportamientos ajustados a diferentes espacios sociales. Lo sugerente en este sentido es que la relevancia situacional, en los grupos de noticias, se consigue de formas bastante concretas, esto es, de acuerdo a los modos de publicación de las contribuciones, al tópico y al estilo. Considerando estos criterios se puede publicar un mensaje que encaje en el contexto y contribuya constructivamente a su evolución.

En re.travel.air se formó un hilo argumental que comenzó con una intervención, poco después de que Louise Woodward llegase a su país de origen. El mensaje decía lo siguiente:

He estado siguiendo la historia de Louise Woodward.

Me llamó la atención cuando escuché que tuvo que recoger su pasaporte antes emprender su viaje de vuelta a casa.

¿Están seguros de que lo necesitaría para viajar?

Su nacionalidad es bien conocida por todos, y su documentación no sería necesaria para la línea aérea (British Airways).

Acompañada del Sir/Lord Colin Marshall, me imagino que él habrá hecho lo necesario para embarcarla.

Si es una ciudadana/sujeto inglesa que retornaba, sin escalas, en un BOS-LHR (vuelo BA 212, BTW), ¿para qué iba a necesitar el pasaporte?

-Joe

P.D. Al parecer, ¡hacerse amigo de Sir/Lord Colin Marshall no es suficiente para conseguir cupo en los vuelos matutinos sobrevendidos LHR-Manchester! Lo tomaré en cuenta la próxima vez que trate de tomar ese vuelo.

Este mensaje es situacionalmente relevante en el contexto de rec.travel.air. En primer lugar, y de modo crucial, el caso de Louise Woodward se trae a colación en aspectos específicamente relacionados con el tema “viaje”. La pregunta es acerca del vuelo de regreso de Louise. En segundo lugar, el mensaje habla de lo que para cualquier persona resultaría algo “típico de viajes aéreos”, de modo que traza un antecedente para hacer una pregunta puntual. Por último, del texto se puede deducir que el autor es un viajero frecuente, calificado para formar parte del grupo. En términos de estilo, el mensaje se asemeja a muchos otros hilos de discusión

entre grupos de noticias en los que las personas intercambian reflexiones basadas en sus experiencias de viajes aéreos. Unos se concentraron en aspectos más generales del caso, mientras otros emitieron juicios sobre el resultado, y no faltó quien contase algún chiste de mal gusto. Muchas interacciones se toparon con respuestas que acusaban su inadecuación para el grupo, y el autor del mensaje original respondió a algunas de estas réplicas, aceptando la responsabilidad por el hilo de discusión abierto y defendiendo su argumento inicial, de la siguiente manera:

Por favor, leed el texto entero.

Yo lo escribí, así que puedo decir que se trataba de un tema que tiene que ver con Woodward y su necesidad de presentar un pasaporte (retrasado además por ser feriado en Boston) para poder viajar a su propio país. Simplemente, me llamó la atención que ella necesitara pasaporte porque, volviendo a su país de origen, lo más seguro es que tuviese cualquier otro documento de identificación. Además viajaba con el director de British Airways, quien podía embarcarla sin problemas, etc.

Desafortunadamente, esto se convirtió en un segundo juicio para Louise Woodward.

Lamento haberlo traído a colación, pues pensaba que el tema del pasaporte sería de interés para este grupo, considerando que muchos hacemos viajes internacionales.

-Joe

Este mensaje recibió otra respuesta, de parte de uno de sus críticos:

Yo no creo que debas disculparte por haber propuesto tal tema en este contexto. Los que tienen que disculparse aquí son los que han convertido esta en una discusión política –un segundo juicio para esta mujer. ESA es la parte inapropiada. Pero el tema del pasaporte ciertamente ES de interés Y puede ser un tema a tratar.

mbd.

Evaluemos la relevancia situacional en este mismo hilo de discusión. Si ellos (que se posicionan dentro del grupo y son capaces de hablar en nombre del mismo) consideran rec.travel como un espacio de discusiones sólo sobre viajes aéreos, los mensajes serán valorados según su relevancia e interés para ese tópico. Pues bien, a esta última intervención le siguió una respuesta que, si bien aceptó su posición como válida en principio, cuestionó su práctica (particularmente, su falta de uso de la herramienta *killfile* y estilo de participación, que pasa por alto otros aspectos relativos a una dinámica grupal, al parecer, bastante establecida:

En el pasado, muchos otros hilos de discusión han ido más allá del tema de viajes aéreos y no te recuerdo haciendo críticas al respecto. El hecho es que, desafortunadamente, este espacio no funciona con moderador, y muchos debates se salen del carril.

Personalmente, cuando leo algo que no me gusta, creo que lo más efectivo es omitirlo o pasarlo al *killfile*. Si quieres actuar como “policía de Internet”, al menos ejerce tu rol más consistentemente. Muchos te agradecerían tu labor si pudieses limpiar un poco el grupo (aunque no creo que te resulte una tarea fácil).

Este mensaje actúa como un recordatorio de que la relevancia situacional, en los grupos de noticias, no sólo se mantiene censurando los mensajes que no obedecen a la línea de discusión, sino también a través de técnicas que la misma tecnología contempla. Las discusiones pueden alejarse de la línea argumental del grupo, bien por intervenciones confusas capaces de distraer a quienes comparten modos establecidos de lectura e interacción, o bien

por intromisiones deliberadas, de irritante trivialidad, que inevitablemente posibilita la tecnología. Las prácticas de lectura, en los grupos de noticias, se orientan de modos muy distintos con respecto a la noción de espacio. Por un lado, un grupo de noticias busca protegerse de intervenciones irrelevantes estableciéndose como un dominio orientado al desarrollo de un tópico; y por el otro, es un espacio de interacción social que cualquiera puede seleccionar para entrar.

Entre otros grupos de noticias que mostraron una clara aplicación de criterios de relevancia situacional para discutir las características del caso de Louise Woodward, se encontraron `alt.astrology` (que lidió con la fecha de nacimiento de Louise), `soc.culture.indian` (que discutió sobre la etnicidad de Sunil Eappen, padre de Mathew) y `alt.true.crime` (donde se contemplaron las dimensiones y alcances legales del caso). En el capítulo VI analizaremos en detalle los estilos de argumentación y sustanciación de las afirmaciones comunes a una muestra de grupos de este tipo. Por ahora, nos parece suficiente indicar que los diferentes grupos de noticias se ocuparon de distintos aspectos del caso tratado. El modo de redacción y el contenido de los mensajes nos dieron muestras de las diferentes orientaciones que adoptaron los grupos de noticias para constituirse en espacios sociales distintivos (orientaciones que, a su vez, ayudaban a construir y reforzar ese espacio social). La relevancia situacional en `rec.travel.air` dependía tanto del tema como de sus estilos de tratamiento mientras que en otros grupos la atención sobre este era menos manifiesta. En `alt.teens`, el caso de Louise Woodward surgió de forma relativamente incidental:

Como nadie lo ha puesto sobre el tapete, voy a hacerlo yo.

Estoy segura (o eso creo) que todos nos hemos enterado del juicio contra Louise Woodward y sabemos lo básico, así que iré al grano.

¿Cómo se sienten con respecto a la decisión del juez de reducir la sentencia de Louise Woodward de homicidio en segundo grado a homicidio involuntario?

Escribiré mis opiniones si se continúa con este tema (si es que se desarrolla).

Eileen

Por el mensaje, podríamos tener la impresión de que se trata de un grupo de noticias donde se discutiría el caso de Louise Woodward con normalidad, como cualquier otra cosa. El hecho de que ocurra parece ser suficiente justificación como para someterlo a discusión. A su vez, este mensaje hace pensar en un grupo propenso a conocer y discutir situaciones como la de Louise, justificando y argumentando desde algún posicionamiento. Ante la propuesta de Eileen, hubo algunas respuestas inmoderadas, tanto hacia la figura de Louise Woodward como hacia otros contribuyentes, pero la mayoría se mantuvo dentro de una línea que permite entender a este grupo de noticias como un espacio social para el intercambio de opiniones. En `alt.teens`, el caso de Louise sirvió de excusa para construir un estilo particular de interacción, basado no en el tópico sino en una identidad social.

La separación de espacios dentro de los grupos de noticias se gestiona a partir de las prácticas de redacción y publicación llevadas a cabo por sus miembros. Su orientación, a la hora de

generar mensajes situacionalmente relevantes, responde a la administración interna del espacio a la vez que la constituye. Es posible afirmar que tal administración interna de espacios se apoya en la tecnología y que es, en efecto, promovida por los rasgos jerárquicos de cada grupo. Sin embargo, como lo demuestran los mensajes cruzados a través de los grupos, esta economía no es inviolable. Los mensajes cruzados captan la atención de más de un grupo de noticias, una práctica que pueden adoptar los *spammers*: personas que buscan hacer llegar contenidos publicitarios a largas listas de usuarios, generando más bien irritación entre estos. Los protocolos de uso de Usenet (por ejemplo, Horton *et al.*, 1999) previenen a sus usuarios para que no adopten esta práctica, facilitada por la tecnología, pero controlada a través de una serie de sanciones sociales y dispositivos tales como el Usenet *Primer*. De este modo se mantiene la economía interna de espacios en grupos de noticias. El exceso de mensajes cruzados de soc.culture.indian hacia alt.astrology durante la discusión sobre Louise Woodward fue considerado por algunos miembros como un abuso de la herramienta, y se reprendía a los que la empleaban en exceso. Con cierta frecuencia, al reconocer un mensaje inadecuado, algunos usuarios sugieren a su autor otros espacios donde expresar sus opiniones (otros grupos de noticias). El espacio para grupos individuales de noticias se mantiene por medio del reconocimiento de que son parte de Usenet y, por lo tanto, obedecen a ciertas normas generales con respecto al uso y el contexto dentro del cual se discuten ciertos tópicos. Su distinción en tanto espacios sociales no procede automáticamente de las posibilidades que presta la tecnología, sino que se sustenta de la relación continua y colaborativa que mantienen sus usuarios.

A diferencia de los territorios de propiedad individual como las páginas web, los grupos de noticias son espacios sociales que se mantienen colectivamente. Podría decirse que cada grupo de noticias sostiene un marco único de interacción. Según Goffman (1971), los diferentes marcos de interacción se sostienen, al menos en parte, por la separación física entre sus espacios internos. Los camareros se comportan de modo distinto cuando están sirviendo mesas y cuando están tras bastidores sencillamente porque los clientes no comen donde se prepara la comida. Para este autor, la barrera que gestiona ambos comportamientos es meramente perceptiva. Meyrowitz (1985) desarrolla más esta aproximación cuando afirma que los medios electrónicos pueden ayudar a deshacer la distinción entre estos dos espacios al facilitar el paso de comportamientos entre áreas anteriormente impermeables. Y, en efecto, los nuevos medios pueden desafiar las barreras de la percepción. Por ejemplo, y como indica su hipótesis, es más difícil para los adultos mantener ciertas actitudes frente a los niños cuando éstos, por medio de la televisión, conocen los comportamientos que adoptan en su ausencia. La experiencia de los grupos de noticias nos muestra que, sin embargo, esta regla no es universal. Si bien estos grupos, en principio, parecen no mostrar barreras perceptuales entre sí (y los lectores de un grupo pueden interactuar en cualquier otro al que hayan solicitado acceso), en la práctica, es frecuente que se mantengan como espacios donde se actúa de modos distintos. La atención que se dedica a la construcción y evaluación de la relevancia situacional de los mensajes sugiere que no se trata de barreras perceptuales, en el sentido de la visualización de ciertas conductas, sino de barreras performativas o conductuales como tales: son espacios contruidos y sostenidos socialmente por las formas de actuar que los determinan (Cohen,

1985). Atribuir los efectos sociales al impacto que tiene el medio sobre la percepción, sería omitir las prácticas sociales que facilitan y sostienen el espacio como un lugar donde actuar de formas determinadas. El uso de mensajes cruzados en varios grupos de noticias demuestra que las situaciones de los grupos de noticias son mutuamente visibles y accesibles entre sí, sin perder su peculiaridad en tanto espacios de un tipo de comportamiento social determinado.

Tras considerar el desarrollo de una espacialidad delimitada en Usenet, así como la conectividad territorial entre espacios del *World Wide Web*, queda el trabajo de contemplar las relaciones entre los espacios *online* y las localidades físico-geográficas. Parecería que el término “geográfico” sugiere una suerte de espacio no-mediado, que simplemente existe, sin necesidad de intervención humana (o tecnológica). Sin embargo, cualquier espacio puede interpretarse como un producto social en la medida en que adquiere sentido entre sus habitantes. Uno de los ejemplos más claros de interpretación del espacio en tanto efecto social sería la idea de “nación”. Podemos entender la nacionalidad como una herencia metafórica (Erickson, 1997), una comunidad imaginaria que se sustenta sobre la circulación de determinadas simbologías, especialmente a través de los medios de comunicación (Anderson, 1991). El incremento de contacto social (al cual los grupos de noticias ciertamente contribuyen) se ha interpretado, bien como promotor de la reflexividad cultural, dado que las personas pueden preguntarse quiénes son (Erickson, 1997), o bien como causa de una fragmentación de la identidad cultural (Featherstone, 1995). En otros términos, si los medios masivos de comunicación están tan implicados en el surgimiento de la nación, entonces los cambios como los que ha traído Internet conllevan nuevas oportunidades para elaborar distintos significados a partir de la reflexividad cultural (Lash y Urry, 1994).

Entre grupos de noticias, y a medida que evolucionaba el caso de Louise Woodward, fueron apareciendo las más diversas discusiones alrededor de la identidad nacional. El hecho de que ella fuese británica y estuviese siendo juzgada en Estados Unidos alimentó un sinnúmero de opiniones sobre las diferencias nacionales entre ambos países. En algunos grupos de noticias, más que en las páginas web, el tema se presentaba como una confrontación entre el Reino Unido y los Estados Unidos. Las diferencias nacionales, también contempladas (aunque más sutilmente) por los medios de comunicación masiva, adquirieron la forma de enfrentamientos serios en algunos grupos de noticias. En este sentido, un participante de alt.teens comentó lo siguiente:

Creo que el caso de Louise Woodward se ha transformado en una especie de batalla entre norteamericanos e ingleses. Unos quieren la quieren ver muerta y otros, en su patriotismo estúpido, obviamente, reclaman su libertad.

La identidad nacional no sólo se abordó explícitamente en grupos de noticias, sino que también proporcionó un marco que muchos de los implicados en las discusiones adoptaban para interpretar los hechos. En gran medida, las disputas adquirieron formas que Stubbs (1998, aptdo. 5.4, 5.7), en el grupo de noticias soc.culture, categorizó como “sátiras de nacionalismo crudo” o los “intercambios ideológicos entre acrónimos”. El caso se empleó, dentro de esos grupos, como ejemplo y muestra de los problemas que tiene el sistema de justicia estadounidense en su conjunto; los participantes expresaban su orgullo o su vergüenza

con respecto a Estados Unidos o a Inglaterra; y la misma Louise era consistentemente representada como una inglesa procesada judicialmente en Estados Unidos. En varios grupos se discutió la aportación que comportaba abordar el caso como una confrontación entre naciones y no como una situación en la cual una persona era juzgada con o sin ecuanimidad. En el grupo de soc.culture.india, se abrió una dimensión nacional india en la que se ejercían diferentes tipos de afiliación al grupo (Mittra, 1997).

Lo que vimos a través de las discusiones en grupos de noticias, acerca del caso de Woodward, pareció más un proceso de polarización o representación de diferencias (Preis, 1997) que de homogeneización cultural. En otras palabras, las identidades nacionales parecieron *consolidarse* –contrario a *disolverse*– en su interacción. Así, para interpretar la variación de expresiones de la identidad nacional entre los distintos grupos es necesario aceptar, en buena medida, que estos conforman espacios culturales. Una manifestación de identidad nacional, convendremos, está siempre situada. En el capítulo VI veremos cómo se atribuyeron sesgos en las interpretaciones a la afiliación nacional, convirtiéndola en un argumento estratégicamente utilizado para socavar ciertas intervenciones. El caso de Louise Woodward no rindió pruebas concluyentes acerca de la asociación entre los espacios *online* y la ubicación geográfica *offline*, en el sentido de que las manifestaciones de esta relación no son generalizables. Esta relación, más bien, se vio como una estrategia a adoptar en situaciones sociales en las que los participantes se veían involucrados y comprometidos. Argumentos como que Internet es una instancia internacional dominada por Estados Unidos, o que el caso de Louise Woodward es una confrontación entre nacionalidades, tienen el efecto de incrementar la tensión entre la geografía *online* y la *offline* en esas situaciones concretas.

El concepto de Castells de “espacio de flujos” se utilizó como un dispositivo para preguntar si acaso se construye una forma particular de espacialidad en Internet. La conectividad, tal como la contempla este concepto, pasa a ser un elemento organizativo fundamental de Internet, particularmente en el *World Wide Web*. El significado y la importancia que los desarrolladores web dan a la audiencia y al reconocimiento, son la base de su preocupación por maximizar la cantidad de conexiones en sus diseños, sin que ello contradiga su concepción del “territorio” como una forma espacial contenida dentro de determinados límites. Los grupos de noticias, por su parte, se construyen directamente como lugares delimitados, representando más la idea del espacio como lugar que como flujos. El espacio físico-geográfico (*offline*) puede representarse estratégicamente en entornos virtuales, en intervenciones situadas y, en el sentido opuesto, las instancias “reales” como las representaciones mediáticas también pueden representar e interpretar Internet como un espacio relevante. Por ende, no se puede decir que Internet se manifieste directamente como un espacio de flujos, ni que la conectividad trascienda toda forma de localidad. Como hemos venido discutiendo en este capítulo en relación con el tiempo, las múltiples espacialidades coexisten, manteniendo su significado según las competencias culturales de los usuarios.

## **Tiempo, espacio y tecnología**

Más que trascender el tiempo y el espacio, como nos quieren hacer creer algunos teóricos, Internet se ha convertido en un lugar de múltiples órdenes temporales y espaciales. Estos órdenes pueden ayudar a la construcción del sentido de la Red de dos maneras. Por una parte, pueden ayudar a diferenciar áreas dentro de Internet y darles significado en tanto espacios sociales. De este modo los ordenadores, más que una instancia más de comunicación, como diría Murray (1995), pasan a ser puertas de acceso a una diversidad de sitios de comunicación. Los mismos usuarios colaboran en la configuración de las espacialidades y temporalidades que sustentan sus propias nociones sobre dónde y cuándo están, en el mundo de Internet. Por otra parte, la temporalidad y la espacialidad de Internet ayudan a darle sentido en tanto tecnología útil para los contextos locales en los que se produce y consume información en forma de contenidos. El tiempo y el espacio ayudan a los usuarios de Internet a dirigirse hacia esta tecnología y al resto de usuarios que la habitan. Esto se hace particularmente patente en situaciones en que se adapta el mundo *online* de Internet a entornos físicos, y viceversa. A través de estos procesos, los eventos presenciales se logran representar en Internet con sentido, y las manifestaciones en la Red se traducen al mundo físico, por ejemplo, a través de los medios de comunicación.

Los aparentes efectos que tiene Internet sobre el orden social, en términos de tiempo y espacio, resultan de las interpretaciones particulares generadas a su alrededor; construcciones elaboradas interactivamente y que resultan accesibles a los usuarios a través de la misma tecnología. Volviendo a la metáfora de la tecnología como texto, podemos ver que se trata de un texto heterogéneo que comprende tanto rasgos de *software* como actividades de los usuarios que, a su vez, leen para desarrollar su entendimiento acerca de los modos apropiados de emplear la tecnología. Además de las actividades de otros, visibles en Internet, los usuarios cuentan con una cantidad de recursos para dar sentido a la tecnología. Las representaciones mediáticas del ciberespacio contribuyen con una imagen unificada de la tecnología, que tiene implicaciones sociales. Los materiales que ofrecen los proveedores de servicios de Internet, la ayuda de los amigos, el uso de identificadores *online* y la literatura sobre diseño de páginas web, entre otros, fomentan usos particulares de la tecnología.

Ver Internet como una serie de espacios sociales diversos nos permite volver a las consideraciones hechas en el capítulo II sobre las comunicaciones mediadas por ordenador y sus efectos sobre las formas de interacción entre las personas. El planteamiento de algunos investigadores era que la reducción de canales de comunicación, disminuye la inhibición, lo cual produce un incremento de comportamientos agresivos y una igualación de los niveles de participación en las discusiones. Analizamos las insuficiencias que padece esta explicación, comparándola con perspectivas que dan más relevancia al contexto y con los estudios etnográficos. Sobre la base del estudio multi-situado aquí descrito, es posible adelantar una hipótesis alejada de la idea de que la tecnología tiene una influencia unidireccional sobre las formaciones sociales *online*. La hipótesis propondría que el efecto que pueda tener una tecnología de comunicaciones mediadas por ordenador, dependerá de la percepción del contexto social en el que esas comunicaciones se desarrollen. Al ver las CMO como facilitadoras de un espacio social particular, separado de las instancias presenciales, se abre

la posibilidad de sancionar socialmente una serie de comportamientos. Las metáforas espaciales que rodean una comprensión de estas comunicaciones, como la de “ciberespacio”, promueven la idea de que las CMO son puertas de acceso a espacios sociales diferentes, nuevos territorios donde se establecen prácticas y comportamientos culturales. Lo que aparece como un efecto de la tecnología no es más que un conjunto de prácticas sociales que acaban siendo rutinarias.

Internet (y también el mundo físico) es a la vez un espacio para actuar y un espacio que se sustenta en acciones. Es un espacio para actuar en el sentido de que las personas tratan de conducirse de formas adecuadas a determinados parámetros. Y es un espacio que se sustenta en acciones porque está hecho de prácticas sociales que las personas adoptan para interpretar y utilizar la tecnología. Son las distintas prácticas las que dan forma y sostienen el *World Wide Web* y grupos como Usenet. Los creadores de páginas web, por ejemplo, se orientan a maximizar su audiencia a través de la conectividad dentro del espacio del WWW, y a través del mantenimiento de páginas que se sitúan temporalmente como “actualizadas” en relación con los eventos *offline*. El diseño web es competitivo en tanto que busca atraer un tipo de audiencia dentro de un número potencial indeterminado de usuarios, distribuidos diferencialmente en la vastedad de la Red. Quienes colaboran en grupos de noticias, por su parte, se orientan a producir mensajes situacional y temporalmente relevantes para otros en un espacio compartido, y el uso de estos grupos, para los miembros activos, al menos, es plenamente colaborativo: el espacio del grupo “existe” estrictamente en virtud de la publicación de mensajes adecuados a ciertas condiciones. La colaboración y la competencia implican nociones diferentes de propiedad sobre el espacio y de atribuciones necesarias para ocuparlo. La colaboración sugiere que el espacio es de propiedad colectiva, y que cada cual ha de comportarse frente al grupo de modo que justifique su presencia. La competencia conlleva cierto control individual sobre un espacio a promocionar en relación con el territorio de otros. Estas dos orientaciones estructuran las distintas concepciones del tiempo y el espacio que vimos en grupos de noticias y en otras aplicaciones del *World Wide Web*.

La Red también ha influido sobre la elaboración de la etnografía, obligada a organizar su tiempo y su espacio de modo peculiar. El hecho de que las relaciones sociales que conforman este tipo de estudios puedan establecerse independientemente de las distancias y más allá de la comunicación presencial, no implica que éstos no se sustenten en las espacialidades y temporalidades que les son familiares. La etnografía virtual puede explotar la movilidad para explorar la configuración de espacios y tiempos, así como la relación entre estas dos dimensiones. En nuestro caso, la posibilidad de movernos por diferentes espacios sociales en forma de grupos de noticias, nos ayudó a comprender cómo es que estos espacios se sostienen con la interacción de sus participantes. Si bien yo exploté la movilidad que permitía el servicio de Dejanews para estudiar la diferenciación del espacio en los grupos de noticias, esto no quiere decir que la prestación técnica de Dejanews sea la responsable de mi movilidad social. Yo pude haber visitado los distintos lugares, como una turista o mirona cualquiera, pero sin hacer un esfuerzo sostenido en cada uno de ellos, jamás hubiese llegado a ser participante. Ingresé como una extraña a todos los grupos de noticias en los que participé

y, en cada uno, tuve que esforzarme por distinguir los elementos que resultaban relevantes para el caso de Louise Woodward, y los estilos de interacción que se practicaban normalmente. Puedo decir que existe una atmósfera ritualizada alrededor de las interacciones en grupos de noticias, y la redacción y publicación de mensajes adecuados es una destreza que se desarrolla en la práctica (Goffman, 1981). Siendo una extraña, cada vez que llegaba a un nuevo grupo de noticias, experimenté la desorientación característica de no saber dónde estaba (socialmente hablando).

La etnografía que llevé a cabo se orientó a estudiar cómo los múltiples marcos temporales adquieren sentido. Curiosamente, lo primero, y también lo crucial, fue encontrar tiempo para la etnografía en la maraña de los tiempos de la universidad, los calendarios de clases, las visitas y los seminarios. Junto a la presión que conlleva esta serie de actividades tan exigentes, también desarrollé un sentido de los eventos que acontecían en Internet, paralelamente a los eventos que aparecían en los medios de comunicación que, dicho sea de paso, tenía que capturar dentro de una programación preestablecida. El marco que proporcionaban los eventos mediáticos generaba la expectativa de encontrar las actividades correspondientes en Internet. Así, sentía que no conectarme a Internet significaría perder elementos relevantes. Por otra parte, esperar las respuestas de parte de mis informantes e interpretar esa espera, me dio otra temporalidad. Me impresionaba cuando recibía respuestas rápidas, me sentía ansiosa cuando mis informantes tardaban demasiado en escribir, o me contaba historias a mí misma, basada en lo que sabía de ellos, para dar sentido a una respuesta que anticipaba pero que no tenía. Esto refleja la experiencia de muchos otros usuarios en Internet, y permite al etnógrafo interpretar la vivencia de otros por medio de una inmersión en la multiplicidad de orientaciones que ahí se da. Si bien, tal y como sugerí en el capítulo III, la etnografía virtual es intersticial, me resultó sumamente difícil retener esta cualidad a lo largo de la redacción de este trabajo, pues a menudo me he encontrado a mi misma deslizándome hacia un presente etnográfico que hace que mi objeto de estudio aparezca dotado de una existencia continua y nada problemática (Fabian, 1983). La experiencia de crearlo fue mucho más caótica, incierta y emocionante.

## Capítulo VI Autenticidad e identidad en entornos virtuales

### Internet, discurso y autenticidad

En el capítulo I agrupé algunas preguntas de investigación y las traté como cuestiones problemáticas para la práctica etnográfica, tal y como se sugería en la breve revisión bibliográfica realizada. Ahora es el momento de tratar en profundidad otros dos conjuntos de cuestiones relacionadas:

- cuáles son las implicaciones de Internet en términos de autenticidad y autoridad, cómo se desarrollan y experimentan las identidades y de qué manera se evalúa la autenticidad;
- ¿“lo virtual” se experimenta como radicalmente diferente y separado de “lo real”? ¿hay un límite entre el mundo *online* y el *offline*?

El objetivo de estas problematizaciones es dar un ángulo etnográfico a los rasgos comúnmente atribuidos a Internet, en concreto, a los problemas que supuestamente presenta para determinar qué es auténtico, y el efecto de constituir una esfera virtual separada del “mundo real”. La perspectiva etnográfica nos permite aplicar nociones de relativismo cultural a las interacciones en Internet. Más que preguntarnos si las interacciones en esta esfera son auténticas, o si son consistentes las vidas virtuales y reales de las personas, el etnógrafo intenta evaluar cómo se organiza y se vive una cultura en sus propios términos. La intención, por tanto, es dejar de lado la pregunta sobre la “verdadera” identidad, e incluso sobre si la “realidad” existe, y reorientar el foco empírico hacia cuestiones que tienen que ver con cómo, dónde y cuándo aparecen identidades y realidades en Internet.

Con frecuencia se nos dice que las nuevas tecnologías de las CMO introducen problemas fundamentales para distinguir lo auténtico de lo falso. El anonimato visual permite a las personas jugar deliberadamente con sus identidades, teniendo la posibilidad de actuar como distintos personajes. Nada garantiza que una identidad en el ciberespacio refleje lo que es la persona en su vida *offline*. Algunas personas explotan esta disyuntiva entre el mundo virtual y el presencial, explorando deliberadamente diferentes roles y personalidades. Los dominios multi-usuario y entornos similares pueden tener (aunque no siempre) el objetivo explícito de abrir espacios para la fantasía y construir personajes cual si fuesen personas que “se han hecho a sí mismas” (Reid, 1995, pág. 178), lo cual puede llegar a tener consecuencias liberadoras: son escenarios en los que se pueden probar nuevas identidades o expresar facetas de la propia personalidad que suelen reprimirse en contextos presenciales (Turkle, 1995; 1996). En muchos dominios multi-usuario, el hecho de que se asuman identidades es prácticamente rutinario y normal. La oportunidad de jugar distintos roles es bien recibida y, siempre que haya claridad sobre las expectativas apropiadas, ninguno esperará que sus interlocutores sean (*offline*) quienes dicen ser (*online*). En otras circunstancias, la constatación de que los roles *online* no reflejan la identidad *offline* puede ser un *shock*. Algunas historias ampliamente conocidas del ciberespacio tienen que ver con la relación entre

juegos de identidad y el desengaño, como aquel caso del joven psiquiatra que, haciéndose pasar por una mujer desvalida en tabloneros de noticias, logró engañar a sus nuevos amigos y amantes virtuales (Van Gelder, 1991; Stone, 1996). Anécdotas como esta sirven para prevenir a los usuarios de Internet de no tomar por hecho lo que ven en sus monitores. La relación entre autenticidad e identidad, en Internet, puede ser gratificante, como también puede ser un terrible problema. En cualquier caso, algunos autores ven el actual juego de identidades en Internet como una manifestación de cambios culturales mucho más amplios, relacionados con la fragmentación del Sí mismo (Turkle, 1995; Stone, 1996) o el descentramiento del sujeto (Poster, 1990).

Si la voraz expansión de juegos de identidad en el ciberespacio es cierta, podríamos adjudicarle, muy probablemente, cierto impacto sobre la noción de confianza entre las personas, así como sobre el tratamiento de Internet como fuente de información fiable. En los estudios que Harrington y Bielby (1995) llevaron a cabo en foros sobre celebridades, se mostró que los intercambios de información mediada por ordenador no cuentan con las condiciones para que las personas desarrollen confianza entre sí. Para estos autores, en los entornos cara a cara la confianza en la información se sustenta en parte sobre quién la da, y las relaciones mediadas por ordenador carecen de las condiciones para ello. De ahí, apuntan, surge un mayor énfasis sobre la atribución de fuentes como garantía de una aparente autenticidad de la información. Como se ve, existe una tendencia a asumir que las comunicaciones mediadas, y en especial a aquellas que permiten el anonimato visual, traen consigo problemas para evaluar la autenticidad. Danet es un ejemplo de ello al afirmar que “el anonimato, junto a las cualidades dinámicas del medio, tienen un alto poder desinhibidor” (1998, pág. 131) en los sistemas basados en texto.

La asociación directa entre Internet y los juegos de identidad también tiene sus críticos. Algunos autores alegan que la noción de identidad como algo performativo que se ejerce en todas las esferas de la vida, es anterior a la llegada de Internet y está bien documentada (Wynn y Katz, 1997). Otros señalan que, independientemente del potencial que ofrece Internet para jugar con distintos roles, muchos usuarios producen identidades bastante estables y consistentes. Baym (1998) ha afirmado que, a pesar de la fascinación académica por el tema, es probable que la mayoría de los usuarios de Internet no se proponga deliberadamente construir nuevas identidades. En el grupo de discusiones sobre telenovelas que esta autora estudió, los participantes construían identidades consistentes, sostenidas y, al parecer, coherentes con sus personalidades *offline*. Por su parte, Correl (1995) encontró altos niveles de correspondencia entre las identidades *offline* y *online* de sus informantes. Wynn y Katz (1997) afirman que el anonimato, más que estar garantizado por la tecnología, es una ilusión fundamentalmente sostenida en las prácticas de los participantes. Rastrear afirmaciones y referencias hechas en Internet, en el mundo “real”, no es del todo imposible. No se hace porque requiere de mucho esfuerzo y no menos recursos. Dicho de otro modo, Internet es un espacio para jugar con la identidad siempre y cuando se asuma que hay una barrera entre el mundo virtual y el mundo real; desechando esa premisa, empero, pierde toda su radicalidad. Así, Wynn y Katz han indicado que esta preocupación académica (más específicamente,

posmoderna) por Internet, la flexibilización de la identidad, la fragmentación y la virtualidad, no cuenta con referencias reales y, por ende, no refleja el uso cotidiano que la mayoría de las personas atribuye al ciberespacio. Todo esto indica que la relación entre Internet y el tema de la autenticidad no está determinada por la tecnología como tal. Al menos no de forma importante. Probablemente, las convenciones sean también distintas según cada aplicación: el juego de identidad parece pertenecer más a entornos como los dominios multi-usuario que a los grupos de noticias.

Johns (1998) es otro de los autores que pone en entredicho la idea de que las tecnologías de la comunicación afectan, por sí solas, a la posibilidad de transmitir información auténtica. En su estudio histórico de la imprenta, Johns demostró que la asociación entre libros, estabilidad y confiabilidad, no era inherente a la entonces nueva tecnología, sino el resultado de un logro cultural. En otras palabras, sería imposible asumir que, en períodos previos, las personas tuviesen la idea de que todas las copias fuesen iguales, o que los libros fuesen realmente escritos por los autores indicados en la portada. Esta historia evidencia paralelismos fantásticos con el estado actual de preocupación sobre Internet. No siempre está tan claro que una afirmación, en el ciberespacio, venga de la persona que parece ser su autor. Para nuestra etnografía, la problemática de la relación entre autenticidad e identidad, surgió alrededor de la sentencia del juez Zobel en el WWW. Los problemas llegaron cuando se descubrió que al enviar el veredicto a una sola página web, esta se sobresaturaría, optándose entonces por enviar correos electrónicos a varias agencias de noticias simultáneamente. Se comenzó a presumir –y con razón– que tal procedimiento podría ser fácilmente saboteado por cualquiera que se hiciese pasar por el juez y enviase un falso veredicto en un correo electrónico con su nombre. La pregunta fue, entonces, cómo las agencias iban a cerciorarse de que el correo era del auténtico juez, y las alternativas se discutieron largamente por televisión y radio. En el programa “Breakfast News” de la BBC, el 6 de noviembre, por ejemplo, se discutió el tema con un experto, el editor asistente de *Internet Magazine*:

*Entrevistador:* De modo que la idea es que las agencias y organizaciones de noticias transmitan el veredicto a través de sus páginas web, ¿no es así?

*Experto:* Exacto. De lo que he visto, creo que son 12 las agencias que han contactado con el juez para decirle “oiga, ¿no le parece mejor enviarnos un correo electrónico como el que enviará a *Lawyers Weekly* y así tenemos la noticia en varios sitios de Internet simultáneamente, cubriendo toda la Red?”

*Entrevistador:* Parece una buena idea.

*Experto:* Sí, es excelente, pero tiene un pequeño inconveniente con el envío de correos electrónicos. Es posible que cualquier persona, que no sea yo, te envíe un correo con mi nombre. Sé que no es nada común, pero estas son las situaciones en las que tienes que garantizar que esto no ocurra.

*Entrevistador:* ¿Es decir que las agencias de noticias podrían recibir un correo falso con la decisión del juez Zobel? Pues es lógico que estén preocupados.

*Experto:* Podría suceder. Hablé con el director de Reuters y está intentando coordinar una forma para asegurar que todos los correos vengan de una misma fuente y, tan solo para eso, está teniendo dificultades técnicas impresionantes. Ni siquiera estamos hablando de un sitio web, sino de un simple correo electrónico. Han tenido que crear todo un sistema alrededor del juez, de modo que pueda llamar a cada agencia una hora antes de enviar el correo electrónico. Pero resulta que ellas compiten por la noticia y han llamado para alegar que no es justo porque unos recibirán la noticia antes que otros. Hay quienes han tirado la

toalla y ruegan volver al método convencional utilizado en los tribunales de justicia: el papel. Ahora, las cosas están en transición. Anoche hablé con ellos.

*Entrevistador:* Esto no desprestigiará a Internet, ¿o sí?

*Experto:* No creo. La noticia se verá por Internet igual que por otros medios.

Esta discusión nos permite ver el rol del experto en televisión (Fairclough, 1995). El experto, sustentado en su experiencia, sus calificaciones y emplazamientos institucionales (en este caso, el editor de *Internet Magazine*), se presenta como un comentarista privilegiado, no sólo para hablar sobre la situación concreta en que se encuentran, sino sobre todas las implicaciones que podría tener Internet como instancia, en general. La autenticidad de la información que ofrece el experto está estrechamente relacionada con su rol y su identidad como autoridad para contribuir, con este tipo de intervenciones, a generar una categoría unificada de “Internet” con características e implicaciones generales. En esa misma entrevista, también salió a relucir lo crucial que es el tiempo para las agencias de noticias que se apoyan en el ciberespacio. De hecho, durante algún tiempo, Internet representó un canal a través del cual éstas podían conseguir información velozmente, satisfaciendo esa necesidad fundamental. La otra gran preocupación de estas organizaciones, sin embargo, es que la información que obtengan y trasmitan sea veraz. Y lo cierto es que toda la situación alrededor del correo electrónico del juez Zobel dio la impresión de que Internet es un lugar potencialmente carente de toda autenticidad, donde la velocidad de información acarrea el riesgo de falsedad. En nuestro contexto, la autenticidad estuvo estrechamente asociada a la identidad institucional del juez, puesto que la única información realmente válida sería la enviada por él personalmente. Para garantizar un veredicto auténtico, el correo electrónico que llegase a las agencias de noticias tenía que representar al juez, y para verificar esto había que apelar a recursos a los que, según Wynn y Katz (1997), cualquier usuario puede acceder, aunque normalmente no lo hagan. En principio, cualquier mensaje puede ser verificado, lo cual no implica que en la práctica se haga. La diferencia depende de los riesgos que comporta confiar en un mensaje (o aceptarlo tranquilamente), así como de los niveles de confianza en la tecnología y en el autor.

En este capítulo analizaremos cómo se manifestó el problema de la autenticidad alrededor del caso de Louise Woodward tal como se expresa en Internet. Si nos basamos en las ideas de Wynn y Katz, resulta que tanto los mensajes publicados en grupos de discusión como las páginas web, son instancias de auto-representación cuya aceptación social siempre se espera y desea. El análisis del discurso (de modo particular en el trabajo de Potter, 1996 y Fairclough, 1995) nos da un abanico de recursos tremendamente útiles para desarrollar y mantener este supuesto como fundamental. Las técnicas empleadas para hacer análisis del discurso nos permiten concentrar nuestra atención en la forma de construir y organizar los relatos sobre los hechos, de manera que sean más verosímiles. En vez de dirimir si los relatos son verdaderos o falsos, Potter se interesa en conocer “cómo las personas construyen y comprenden las descripciones y su factibilidad” (1996, pág. 123). Este autor indica que las personas cuentan con una serie de recursos para afrontar los cuestionamientos hechos a sus propias aserciones. Entre los cuestionamientos más determinantes, está el de si el interlocutor (o el autor) está haciendo una afirmación desinteresadamente o si se está asumiendo un posicionamiento

personal; una situación en la que ha de expresar algo sobre la base de quién es. En otras palabras, cualquier interlocutor o autor puede ver sus aseveraciones socavadas por el siguiente argumento: él tiene un interés en –o a él le conviene– describir una realidad como lo ha hecho. Así, la cuestión del manejo de intereses en descripciones es determinante, como lo es también que el interlocutor establezca su derecho a hacer determinada declaración, posicionándose en una categoría adecuada para ello. En este capítulo mostraremos cómo estos rasgos de un relato auténtico y basado en los hechos (concretamente, el manejo de intereses y la categorización) también se encuentran en las discusiones en entornos virtuales, aunque no se distribuyen uniformemente.

En el capítulo III sostuvimos que el análisis del discurso podría abrir el ángulo de la etnografía, haciéndola aún más adecuada para el estudio de Internet. La idea era combinar el conocimiento basado en la experiencia del etnógrafo, con el detalle y la atención que el analista del discurso puede tener sobre las interacciones. El análisis de Potter (1996) comienza por sostener que las descripciones se orientan a generar la impresión de ser ciertas. Independientemente de que una descripción sea cuestionada por otros interlocutores o no, todo relato se produce sobre la aceptación de que competirá con versiones alternativas de la realidad. Desde allí, este autor lleva a cabo un análisis de los recursos empleados para sostener la impresión de “realidad” de una descripción, capaz de prevalecer sobre otras versiones contendientes. El caso es que, en Internet, la expectativa de que sean “reales” las descripciones o afirmaciones presentadas, no es tan obvia. Uno de los relatos más comunes alrededor de Internet se enfoca explícitamente sobre la idea de que la verdad ya no es un estándar al que la gente preste atención. Es importante, por tanto, combinar el análisis de discurso en Internet con una comprensión del contexto dentro del cual ese discurso se interpreta (Mulkey *et al.*, 1983). Si el análisis del discurso nos sirve para caracterizar los modos en que los relatos se organizan para generar la impresión de “facticidad”, la mirada etnográfica nos dice si acaso la orientación hacia esa suerte de “correspondencia” es importante para Internet en su uso.

Cualquiera que sea nuestra opinión sobre la posición que tomaron los diseñadores de páginas web o los colaboradores de grupos de noticias en relación al caso de de Louise Woodward, es indudable que la mayor parte del tráfico, las afirmaciones, declaraciones y reacciones, tienen sentido como argumentos para convencer a otras personas. Hasta los sitios web orientados al reconocimiento del autor, más que a la campaña o a la expresión de apoyo, fueron descritos como fuentes de información por sus creadores. Ellos justificaban sus contenidos con el argumento de que informarían, lo cual también puede entenderse como voluntad de convencimiento. Los creadores de páginas web se presentaban como *auténticos* y, en vez de asumir automáticamente que cualquier sitio del estilo debía tener por objeto informar, ellos mismos se ocupan de describir *sus* trabajos como formas de transmitir información.

Los mensajes publicados en grupos de noticias también podrían describirse, al menos hasta cierto punto, como orientados a la producción de relatos convincentes. Casi todo el intercambio de contenidos en los grupos de noticias opera socavando afirmaciones hechas por

otros colaboradores, presentando respectivamente los argumentos para ello. Con la autenticidad en mente, pregunté a varios colaboradores qué pensaban de la calidad de la información, tanto en sitios web como en sus propios grupos de noticias, acerca de Louise Woodward; cómo evaluaban la información que obtenían por estos medios. Para Valerie, una de mis informantes y colaboradora regular del grupo alt.true-crime, la importancia de la autenticidad de la información por Internet, en torno al caso de Woodward, tenía relevancia en tanto daba sentido a sus propias colaboraciones. Su respuesta giró en torno a su experiencia del caso, concentrándose particularmente en la cuestión de cómo evalúa la información en la Red:

Como he dicho, la mayoría de la información con la que cuento la extraigo de ver el juicio en televisión, pero además de las filmaciones, el palacio de justicia tiene en su página web unos sumarios que intentan ser lo más objetivos posible (...). También entro regularmente a las web de algunos periódicos de Boston y vi un montón de programas legales comentados en televisión. También hubo varias web sobre Woodward muy buenas para extraer información.

...

Internet es un lugar un poco peligroso para obtener información. Todo va demasiado rápido y llega demasiado lejos, cualquiera puede decir lo que le venga en gana y las personas tienden a creer lo que leen sin indagar sobre la fuente de información. A veces parece una máquina gigante de chismes y rumores.

Yo diría que la mitad de los participantes de los grupos de discusión no había visto el juicio. Más bien, parecía que se identificaban con cualquier información en Internet que respaldara sus propias posturas sobre cómo cuidar a los hijos, el abuso de menores, los ingleses, las madres que trabajan, etc.

Las discusiones se salían de control y terminaban en acusaciones personales entre los participantes. La gente se pone de un lado o del otro no desde la racionalidad, sino desde su reacción emocional ante las noticias, ciertas o falsas, que encuentren en la Red o por televisión.

Casi sentí que tenía una misión: hacer lo máximo posible por corregir y reorientar las falsedades que encontraba en los grupos donde participaba. Realmente me abrió los ojos para ver cómo las personas emiten juicios –algo bastante escabroso, por lo demás.

Algo que sí fue de ayuda en Internet, fueron los sitios médicos donde se discutían y contextualizaban algunos de los informes periciales médicos.

Como vemos, Valerie hace una evaluación bastante clara de las ventajas relativas que tienen las diferentes fuentes de información. Para ella, la transmisión del juicio por televisión otorgaba una experiencia directa del proceso, desde la cual posicionarse para evaluar la plausibilidad de otras descripciones o interpretaciones. Hace una clara distinción entre fuentes fiables y grupos de noticias, adjudicándose un rol de proveedora de información, más que de consumidora. Es interesante notar cómo ella atribuye las apreciaciones de los desinformados a su confianza en fuentes defectuosas, a sus reacciones emocionales o a las afirmaciones sin sustento en grupos de noticias. Y está claro que Valerie se presenta como competente para discriminar, evaluar racionalmente y emplear fuentes válidas, creíbles y objetivas de información. En su caso, el problema de la autenticidad no está en los grupos de noticia *per se*, sino en los individuos que allí participan. Valerie es una activa colaboradora de uno de estos grupos, que ha mostrado un nivel particularmente alto de preocupación por el caso y por las actitudes que han surgido entre sus interlocutores. Su disposición a colaborar también con nuestra etnografía, que no fue neutral, reveló varios elementos. Pero como siempre, el

etnógrafo tiene que tomarse su tiempo para ver el entorno de su informante y considerar de qué forma este podría ser atípico. En muchos casos, curiosamente, los más abiertos a caracterizar su grado de participación en grupos de noticias eran quienes más se preocupaban por la autenticidad de la información allí discutida. No se puede asumir, bajo ningún concepto, que todo participante se preocupe por igual por esto. De hecho, hay quienes entran en discusiones más casuales para intercambiar unos cuantos insultos y no para acumular información.

En el capítulo V mostramos que el caso de Louise Woodward, en Internet, contaba con una serie de relaciones espaciales y temporales que definían, en parte, la experiencia auténtica y la información veraz. La dimensión temporal, que se plasma más claramente sobre la idea de inmediatez, también tiene que ver con la capacidad acumulativa de Internet. La dimensión espacial define la autenticidad por la cercanía al lugar de los acontecimientos, lo cual ayudó a mantener, por una parte, la centralidad de la campaña oficial como fuente privilegiada de información, y por otra, los espacios virtuales que emergieron alrededor de ese factor central. La autenticidad en el WWW tiene, por tanto, cierta relación con la ubicación temporal y espacial, a partir del establecimiento de puentes entre las afirmaciones *online* y los eventos *offline*. En el resto de este capítulo, analizaremos cómo los diseñadores de páginas web y los colaboradores de grupos de noticias estructuran sus relatos para incrementar su efecto de facticidad. No se trata de evaluar exclusivamente los recursos empleados, ni de hacer un seguimiento sistemático a los patrones de uso de esos recursos, sino de caracterizar la orientación a la facticidad que adoptan los relatos en Internet y demostrar su diversidad. En las dos secciones siguientes de este capítulo, contemplaremos el problema de la autenticidad, primero en relación a grupos de noticias y, luego, en páginas web. En la sección final compilaremos los aspectos generales en relación con la virtualidad, la autenticidad y el cierre del trabajo.

## **Los desacuerdos en los grupos de noticias**

Los grupos de noticias proporcionan un campo de pruebas para la producción de narraciones factuales. Cualquier afirmación publicada allí, puede ser cuestionada o rebatida subsiguientemente. Puesto que el contexto se construye interactivamente, no sólo cualquier argumento puede ser rebatido en teoría, sino que muchos de ellos son efectivamente cuestionados en la práctica. Estos espacios se rigen por un principio según el cual, estar de acuerdo sin más, no es suficiente justificación para publicar un mensaje. Con ello, evitan llenar el espacio con mensajes que no van más allá de “es verdad” o “yo también”. Como consecuencia, el grupo de noticias se convierte en una suerte de terreno de combate donde disentir es la única razón para interactuar. Discrepar por el gusto de discrepar es a veces más fácil que convenir con el anterior mensaje o que aportar nuevos elementos a la discusión. En el capítulo V, establecimos que los grupos de noticias que discutían el caso de Louise Woodward podían considerarse espacios distintivos en varios sentidos, y que esa distinción se manifestaba en los distintos tópicos y estilos de interacción a partir de los cuales se podían enmarcar los desacuerdos. Parece apropiado, por tanto, considerar la organización de las discusiones en cada grupo de noticias antes de examinar los temas generales que surgen de la

comparación entre estos. Veamos los temas que surgieron de la observación de tres de estos grupos de noticias: alt.true-crime, rec.travel.air, y alt.teens.

Saltando algunas referencias de paso, la discusión sobre el caso de Louise Woodward en rec.travel.air se concentró en un solo hilo argumental tan extenso como complejo. Este hilo de discusión, como introdujimos en el capítulo anterior, comenzó con la pregunta de si era necesario que Louise presentase su pasaporte para viajar a su propio país, cuestión que produjo 58 mensajes de respuesta, 19 de los cuales versaban sobre la pertinencia de la pregunta para el grupo y 39 sobre aspectos relativos al caso de Louise como tal. Estos últimos iban desde los aspectos más concretos del caso, relacionados al tema “viaje aéreo”, hasta los más generales con respecto al juicio. Aquellos que se referían específicamente al tópico del grupo, compartían un estilo que remarcaba lo que “normalmente” ocurre cuando se viaja por avión, aplicando ese criterio al caso de Louise. Se trataba de afirmaciones no-modalizadas (Latour y Woolgar, 1986; Potter, 1996) y noatributivas sobre los hechos:

Es que inclusive si su cara estuviese en la portada del diario del día, un oficial de inmigración británico no la dejaría entrar a Inglaterra sin pasaporte. Las reglas son las reglas, ¿sabes?

Para los ordenadores de Aduana e Inmigración, es imprescindible el número de pasaporte para saber si un individuo está dentro o fuera del país y, así, en las revisiones y viajes siguientes no tiene problemas innecesarios.

Estas afirmaciones generales eran rara vez las discutidas, a pesar de la falta de pruebas para sustentar los argumentos. Por lo general, los cuestionamientos a las afirmaciones generales eran indirectos, poniendo en entredicho la relevancia de la afirmación más que la afirmación en sí misma. De allí también surgió una pregunta accesoria sobre por qué Louise había viajado en primera clase en vez de hacerlo en clase económica. Una respuesta a ello, fue la siguiente:

Pudo haber sido desastroso dejarla en clase económica en medio de todos esos reporteros, entre otros pasajeros curiosos. Lógicamente, fue mejor para todos que ella estuviera fuera de alcance, en la fila 1.

El siguiente mensaje, más que cuestionar el razonamiento directamente, citó lo anterior y agregó esto:

Y sus boletos aéreos los pagó un benefactor anónimo. No es que la aerolínea la haya elevado de categoría como pasajero.

La cita y la yuxtaposición de contenidos sirven para dar a entender que se está desafiando un mensaje. Ambos textos se hacen comprensibles cuando leemos el segundo como un reto al primero, pues sugiere que es irrelevante.

Mi impresión, en este grupo, fue la de estar en un almacén de conocimientos sobre viajes aéreos, aplicados creativamente al caso en discusión. Si bien la forma de aplicar esos conocimientos podía ser controversial, era posible presentar los argumentos sin fuentes o calificaciones (del tipo “yo creo que”, “yo pienso que”), y pasar desapercibidos. Como bien ha indicado Fairclough (1995), las presuposiciones pueden servir para transmitir a la audiencia la sensación de compartir la postura del autor; es decir, que apoyándose en hechos que todos conocen, éste va generando una comunidad más propensa a darle la razón. Al poner una

presuposición en entredicho, los lectores se alejan de la comunidad. Las presuposiciones pueden, por tanto, ayudar a fortalecer una afirmación, pero también pueden emplearse para dar algo de humor al contexto. Un mensaje, explícitamente, cristalizó el sentido de lo que el grupo apoyaría como un chiste:

Bueno... lo que yo me pregunto es quién habrá reprimido a los niños en ese viaje. En vez de ser las azafatas, como tan frecuentemente hemos oído decir en este grupo, me imagino que habrán dejado esta tarea para nuestra Louise, sabiendo que es tan buena en eso. :-)

Contrariamente a lo que ocurría con afirmaciones sobre viajes aéreos, cuando se intentaba establecer hechos acerca del caso de Louise, estos eran frecuentemente rebatidos. Un intercambio de comentarios cortos, inclusive de una línea (por ejemplo, el mensaje “Gracias a Dios que está en casa”, cuya respuesta subsiguiente fue “Sí, es bueno saber que Estados Unidos se deshizo de la basura”), era tratado como una oportunidad para polemizar sobre los hechos. El siguiente, es un mensaje que acusa al anterior de reaccionar de forma irracional y sin argumentos. Una vez más, cita el mensaje anterior, al cual está respondiendo, y añade una serie de razones para adoptar un punto de vista diferente:

No sé si se te ha ocurrido pensar que quizás haya algo de cierto en las declaraciones que hicieron otras *au pairs* que fueron entrevistadas para el mismo trabajo, que la madre del niño que murió era una persona que “daba miedo”. Con esa información, y viendo la malignidad con que los padres han llevado a juicio a una chica que no está en condiciones de pagarlo, yo dudo seriamente que haya sido Louise. Lo que sí creo es que ella ha tenido la fortuna de salir del país, antes de ser enjuiciada una y otra y otra vez.

Potter (1996) ha destacado que la suma de detalles puede servir a la vez de apoyo y de complicación para la construcción de la autenticidad de una afirmación. Por una parte, los detalles pueden ser vistos como contribuciones a la facticidad, pero por otra, estos abren una serie de posibilidades para rebatir o cuestionar esa misma afirmación. A modo ilustrativo, el mensaje transcrito arriba recibió dos refutaciones, punto por punto, con respecto a la interpretación que defendía en el caso de Woodward. En vez de cuestionar el orden de ocurrencia de los hechos, fue la interpretación lo que se sometió a debate. Una persona respondió que era injusto “hacer parecer una venganza el acto de dos padres que intentan desconsoladamente evitar que la asesina de su hijo se salga con la suya”. Y a esa respuesta, siguió la de “a mí no me parecieron demasiado desconsolados”.

Si bien por una parte los mensajes referentes a viajes aéreos eran cuestionados según su relevancia o irrelevancia, lo relativo al caso de Louise Woodward solía transformarse en polémica, especialmente en lo referente a las interpretaciones particulares de las motivaciones esgrimidas. Esto, a su vez, por lo general implicaba una serie de contradicciones directas, basadas en lo que sería o no razonable como interpretación o como acción. Si bien en muchos casos los participantes se acusaban entre sí de irracionalidad o sesgo, lo hacían implícitamente, salvo casos contados. Sólo en una ocasión salió a relucir la historia de un participante en el grupo para contextualizar su reacción ante el caso de Louise como sesgada:

Creo que fue [nombre del participante] quien escribió “inocente”. ¿No fue [nombre del participante] la misma persona que hace poco dijo una y otra vez cuánto odiaba a los críos? Tal vez por eso sea que apoya a personas como Louise Woodward.

La idea de que no le gustan los niños, aunada a la expresión de un comportamiento insistente (“una y otra vez”), son dos elementos que fácilmente socavarían cualquier otra intervención de este participante acerca del caso, a partir de entonces.

Muy pocos de los mensajes citaban algún tipo de fuente de información, bien sobre Louise Woodward, bien acerca de viajes aéreos. En general, el estilo de los mensajes en el grupo rec.travel-air, en relación al juicio contra Louise Woodward, era especulativo; la mayoría se refería a lo que una persona esperaría, a lo que podría decirse sobre el caso, siempre desde el sentido común. Tal estilo contrastaba con formas más asertivas de comunicación, cuando se trataban tópicos dentro del tema de viajes aéreos, cuya redacción llevaba cierto aire de factibilidad incontrovertible. Considerando otros hilos de discusión en el mismo grupo, podríamos sugerir que las discusiones sobre el caso de Louise Woodward jugaban un rol secundario. Cuando se abrían otros tópicos, las afirmaciones sobre aspectos relativos a viajes aéreos podían pasar por controversiales y los participantes buscaban respaldos para sus afirmaciones en otras fuentes. Así como se desarrolla un estilo de interacción dentro de cada grupo de noticias, existen formas de relación asociadas a hilos de discusión determinados.

En este sentido, alt.true-crime presentó un estilo de interacción y gestión de la autenticidad totalmente diferente. Mientras en el grupo anterior, el caso de Woodward se discutía más de manera superficial o secundaria, aquí el tema se trató como un asunto absolutamente serio. Su relevancia no era puesta en cuestión sino que, por el contrario, afloraba con gran frecuencia y se elaboraba a fondo. Nos concentraremos en un hilo argumental, bajo el título de “Louise Woodward: ¿culpable o inocente?”, con 172 mensajes publicados. Este hilo comenzó con un mensaje simple en forma de interrogación:

Entonces, ¿cuál es la historia? ¿es culpable o inocente? Por favor justificad vuestras afirmaciones.

Este primer mensaje imprime cierta tonalidad a los que le sucederán. Es una pregunta abierta para los participantes, y no se refiere a sus opiniones o reacciones meramente, sino que busca aportaciones razonadas y respaldadas con pruebas de algún tipo. La mayoría de los colaboradores que respondieron se ciñeron a esta petición, algo típico en grupos de noticias en general. Una secuencia de mensajes se desprendió de la línea central a partir de una respuesta que contenía la siguiente frase:

Y la madre de la criatura no estuvo nunca para cuidarla. ¿Qué madre haría eso sino una madre homicida?

En algunos grupos, responder a esta afirmación constituiría un cuestionamiento a la interpretación implícita, pero en alt.true-crime, la discusión que de allí se desprendió volvió a girar en torno a sus fundamentos en los hechos:

Oye, [nombre del participante], ¿viste el juicio completo? Porque si lo hubieses visto, sabrías que la madre (Deborah) sólo trabajaba a tiempo parcial, que no trabajaba todo el día y que sí que tenía tiempo para pasar con su hijo, que llegaba a su casa para almorzar y darle el pecho durante la semana. Personalmente, no me parece que trabajar tres días a la semana sea no estar nunca para cuidar a los hijos. De hecho, casi ninguno tiene la suerte de trabajar tan poco.

Este mensaje comienza refiriéndose directamente al autor del anterior, para dudar sobre su

capacidad para hablar del juicio. Remarca la ilegitimidad y falta de sustento de sus afirmaciones, haciéndole ver que no cuenta con datos suficientes y comprueba así que su interlocutor no puede haber visto todo el juicio como para opinar. Este tipo de aportaciones muestra que “los hechos” son los sucesos en el juzgado, pero más importante aún, revela la idea de que los “hechos” hablan por sí mismos. Puesto de otro modo, con tan sólo haber escuchado lo que allí se dijo, se cuenta con información suficiente. Veamos cómo la siguiente respuesta transformó el estatus de lo anterior:

Yo también he escuchado este cuento de que ella iba a casa a dar pecho al niño los días que trabajaba. ¿y es por una horrenda coincidencia que no haya ido a darle el pecho precisamente el día en que ocurrió la tragedia?

Calificando la historia como un “cuento”, la autora se coloca en posición de competente para evaluarlo, sugiriendo que sus interlocutores están siendo crédulos o, cuando menos, que pasan por alto detalles importantes. Subsiguientemente, la facticidad de la llegada de la madre a la hora de almuerzo también se puso en duda como producto de mensajes anteriores, otra vez, desatentos a los detalles de los hechos:

Ella llegó a casa aquel día y el niño estaba perfectamente bien. Es obvio que tú tampoco tienes idea del caso y está claro que no quieres que ningún hecho enturbie tu creencia en la inocencia de la Woodward.

Apareció luego una respuesta final, que no se dirigió a los mensajes anteriores ni intentó interpretar las razones de sus (malos)entendidos, sino que se concentró en el origen del desacuerdo:

Vi el juicio obviamente hace ya un tiempo y los detalles se me han empezado a borrar un poco, pero yo creo que la madre no fue a casa ese día. De hecho, hubo bastantes elementos que apoyaban la idea de que ella no tenía tiempo para el bebé; que estaba demasiado ocupada incluso para llamar por teléfono. Y creo que lo dijo ella misma en el estrado. Los lunes eran los días que ella estaba lo suficientemente cerca para ir a casa, eran los días que iba a cirugía. Y la tragedia ocurrió un martes.

Courttv tiene un sitio web en America On Line, al que se puede acceder para obtener los sumarios del juicio.

Este mensaje podría parecer minado por lo que su mismo autor afirma en la primera línea: que su memoria lo puede traicionar. No obstante, la cantidad de detalles con que cuenta, suprime cualquier duda sobre su ingenuidad. La memoria, de hecho, parece estar en muy buena forma. Tanto es así que, a pesar de que el autor la cuestione, aporta mucha más información a la discusión que los mensajes anteriores. Al parecer, la admisión de una memoria defectuosa sirve para inmunizar la intervención ante cualquier ataque; como decía Barthes (1973, pág. 42) “Un pequeño ‘mal’ confeso nos salva de reconocer muchos males inconfesos”. Al comentar que se basa en su memoria, esta persona evita que cualquier potencial atacante intente acusarla de basarse en datos falsos; a la vez, no contrastar la información que ofrece, teniendo la posibilidad de hacerlo, indica que confía en su memoria e invita a otros a creerle.

La categoría central que concede legitimidad a los argumentos o, en otras palabras, la fuente de autoridad de las afirmaciones en relación al caso de Louise Woodward, consiste en haber visto el juicio completo, o haber leído las pruebas. Quienes sólo habían visto partes del proceso en avances televisivos o noticieros, con frecuencia eran acusados de no tener suficiente perspectiva para juzgar. Un participante interpretó lo siguiente como muestra de

sesgo nacionalista:

EMHO No creo que muchos británicos hayan estado desinformados sobre el juicio o las pruebas. Tengo, en mi lista de correos electrónicos, a una persona del Reino Unido ([nombre del informante]) que nos sorprendió a todos al decir que allá no mostraban “el juicio a la niñera”, como lo llamaban. Que fue cuando la defensa comenzó su intervención que comenzaron a mostrar el juicio, de modo que muchas pruebas fundamentales con respecto a lo que ocurrió a Matty no llegó al público inglés. Claro, como sólo vieron la defensa, es bastante lógico que piensen que la chica es inocente. [Nombre del informante] sí nos comentó que, luego del juicio y tras la reducción de la pena, los periódicos comenzaron a publicar información del lado de los Eappen y que muchas personas que la habían dado por culpable cambiaron de parecer al conocer ambas versiones de la historia.

Esta afirmación contiene varios elementos que nos ayudan a concluir que su autora está haciendo una valoración ponderada; y que no es víctima de prejuicios previos contra los británicos. Si bien comienza su intervención con la común abreviación EMHO (“en mi humilde opinión”), pronto pasa a presentar un considerable arreglo de datos que sustentan esa opinión. Cita una fuente que vive en el Reino Unido y que, por tanto, podría proveer de información de los medios allá e incluir elementos de detalle (como “el juicio a la niñera”) para respaldar la intervención de esta autora. Para quienes puedan pensar que esta información es algo que ella buscó o supuso, está la frase en la que indica haberse sorprendido, como los demás, por lo que relata. La posibilidad de que estuviese siendo víctima del prejuicio también se contrarresta cuando valora las opiniones del público inglés como comprensibles según las circunstancias informativas. Se establecen, así, dos claras categorías: la de los que acceden al juicio y pueden hacer valoraciones bien sustentadas y razonadas, y la de los que no vieron todo el proceso y pueden hacer valoraciones infundadas (o sesgadas). La segunda categoría se empleaba para debilitar argumentos, como se observa en los siguientes extractos:

Esos dos puntos son meramente tus \*opiniones\*. Mejor, la próxima vez, danos un poco más de información acerca de tu Verdadera Realidad y así podremos conocer el fundamento de esas \*opiniones\*.

¿Qué pasa que las personas no pueden ver los testimonios en este caso? ¿Es que acaso fue el juez el único al que se le pasó por la cabeza escucharlos?

Otra categoría que concede autoridad a los participantes es la del conocimiento experto o experiencia suficiente como para aportar alguna reflexión sobre el caso:

Jamás en mi vida he escuchado que un bebé esté perfectamente un día y que, de repente, tenga un daño cerebral crítico y la cara inflamada por algún golpe anterior. Trabajé en un hospital durante años y vi muchos niños heridos y esta no me la creo ni por un minuto.

Este tipo de redacción se apoya en contrastes entre extremos: “perfectamente bien”, “de repente”, “durante años” y “muchos niños heridos”. En todo caso, el mensaje también fue cuestionado por el siguiente:

Tu experiencia personal, creo, no puede sustituir las opiniones de expertos que se apoyan en miles de casos estudiados. Hubo diferencias de opinión sobre este caso particular pero nadie, ni siquiera quienes quieren inculpar a la chica, dijo lo que tú estás afirmando aquí: que eso no puede pasar.

Hay bastantes pruebas de otros casos en los que sí ocurrió, y eso se presentó ante el jurado.

Yo te invitaría a que trates de encontrar los hechos del caso. Matthew no tenía la cara inflamada. ¿De dónde has sacado eso?

La respuesta condenó tanto el tono de conocimiento experto (comparado con los “expertos, con miles de casos estudiados en su haber”) como su pertinencia para la discusión; se cuestionó la experiencia de la autora del mensaje por haber alcanzado conclusiones extremas que ni siquiera compartirían los abogados en contra de Louise Woodward; también reveló su carencia de conocimiento real de los hechos, desde la cual la autora del mensaje anterior realizaba sus suposiciones. Este es un ataque sustentado a la credibilidad de la autora anterior. Curiosamente, lo único que no cayó en entredicho, es que la persona hubiera trabajado en un hospital, como afirmó.

En alt.true-crime, marcar algún elemento de un mensaje publicado como una opinión, equivale a atacar su facticidad e incluso revelarlo como potencialmente insuficiente. Así, los participantes entran en un juego de intereses para hacer parecer que sus intervenciones están exentas de cualquier sesgo. Una forma rutinaria y efectiva de debilitar la intervención de algún miembro es aducir que se trata de una opinión y no de un hecho lo cual presupone, primero, que los hechos existen, y segundo, que tienen un valor superior a las opiniones. No estar de acuerdo con este par de premisas conlleva distanciarse del grupo y sus dinámicas. Esta perspectiva acerca de las opiniones no es compartida por otros grupos como alt.teens, donde el estatus de las opiniones también fue cuestionado pero de modo muy distinto. De hecho, en este último grupo, era corriente que los participantes marcaran sus publicaciones explícitamente como opiniones personales, tal como se verá en el siguiente extracto:

Sólo para que lo sepan, yo también creo que es inocente, pero no he seguido todo el juicio para asegurarme. Como ocurre con casi todos, mi opinión se basa en la filosofía de “ella no pudo hacer eso”, que no tiene ningún valor a la vez que es tan poderosa.

A diferencia de alt.true-crime, donde los hechos se consideraban objetos que se podían transportar de un contexto a otro o se constituían como elementos de seriedad para el grupo, en alt.teens existía una clara distinción entre las conclusiones del jurado que estuvo durante todo el proceso y vio todas las pruebas, y las de los miembros del grupo, que no estuvieron allí y por lo tanto no tuvieron acceso a los hechos. El reconocimiento general aquí era que las contribuciones podían ser sólo opiniones. Es decir, que la opinión era una base válida de contribución, al punto de que cualquier afirmación que intentase deslastrarse de su carácter de opinión, era arrastrada hacia la polémica, como por ejemplo, el siguiente, que enfatiza enérgicamente la inocencia de Louise:

Ella es INOCENTE –

Son los yanquis tratando de actuar como imbéciles (bueno, ‘actuar’ es un decir)

Varias de las respuestas subsiguientes citaron el fragmento de “ella es INOCENTE”. Y la que mostraremos a continuación intenta cuestionar las bases fácticas para hacer esa aseveración y la profundidad del compromiso del autor del extracto, con su propia postura. La implicación es que, lo que se considera como un hecho, no es más que una reacción superflua:

No, ella es libre y se le han retirado los cargos. Avísanos cuando TÚ tengas hijos y la contrates como niñera.

Muchos mensajes se orientaron explícitamente a considerar el estatus relativo de lo ocurrido

en el juicio y lo que se decía en el grupo de noticias. En ocasiones, esto era provocado por desafíos directos a las bases de las apreciaciones expresadas por los mismos participantes. A partir de entonces, los autores de mensajes se adentraban en elaboraciones más detalladas para dar sustento a sus opiniones. Un camino era acudir directamente a la facticidad de los eventos en la sala de vistas.

¿Cómo sabes que es inocente? – y no me preguntes cómo yo sé que es culpable, porque no lo sé. Lo que sí tengo es el apoyo de un jurado que estuvo en la sala; cosa que, en caso que hayas leído todos los mensajes de esta discusión, parece no importarte.

Y otra forma de sustentar opiniones consistía en poner en entredicho los mismos eventos del juicio, pues creer en todo lo que allí se decía podía resultar ingenuo. Quienes adoptaban esta postura colocaban la evidencia como base fáctica y válida para sacar conclusiones:

Por favor crece, pequeño tonto. Estoy expresando mi opinión y si no puedes aceptar que haya personas con opiniones distintas a la tuya, ¿qué quieres que te diga?, probablemente sea un desperdicio de tiempo escribir estas mismas líneas. Yo no tomaría las 6 semanas que pasé estudiando este caso como una pérdida de tiempo. Fue parte de mi curso de Inglés en la universidad, y mientras más lee uno al respecto, más se da cuenta de cómo unos pocos, los más ignorantes entre la población, caen en los engaños de los medios. ¿Acaso analizaste el informe pericial de los médicos, o eres uno de esos chiquillos que han leído un par de artículos en revistas para adolescentes?

Según tú, el hecho de que 12 personas del jurado hayan llegado a un veredicto de culpable implica que tienen razón. Pues bien, si tú crees que los jurados siempre tienen razón, eres aún más ingenuo de lo que creía.

Una tercera vía de gestionar la validez de una afirmación era aceptar explícitamente la diversidad, de modo que las opiniones no se tornaran automáticamente en cuestionamientos o desafíos a los mensajes en discrepancia. Esta versión coloca las opiniones como propiedad de los individuos, permitiendo que las opiniones contrarias puedan coexistir:

Escucha, era yo quien estaba expresando MI opinión al respecto... y disculpa que no me haya echado a llorar porque sea diferente de la tuya.

Alt.teens se distinguió de alt.true-crime por tener una comprensión radicalmente diferente del contexto social en el que se prestaban las discusiones. Lo que caracterizaba este grupo eran las discusiones por el simple ánimo de discutir, basadas en opiniones personales y fundamentadas en una variedad de recursos. Por el contrario, alt.true-crime basaba sus discusiones en la separación entre opinión y hecho, celebrando lo segundo sobre lo primero. Así, las interacciones que allí ocurrían se apoyaban fuertemente en afirmaciones categóricas y en el manejo de intereses (Potter, 1996). El primer grupo que vimos, rec.travel.air, combinaba la construcción de atributos considerados “de sentido común” sobre viajes aéreos, con afirmaciones más bien especulativas acerca del caso de Louise Woodward. La reacción de cada grupo con respecto al caso produce espacios sociales distintivos entre sí. En cada uno, la discusión se mantenía de forma situacionalmente específica y situacionalmente relevante, pero la orientación hacia la autenticidad fue comúnmente la clave que daría “personalidad” a cada espacio social. Quienes colaboraban podían representarse a sí mismos como miembros competentes del grupo, al adoptar las medidas adecuadas para conseguir autenticidad, bien para argumentar, bien para rebatir.

Los tres grupos de noticias, a pesar de tener orientaciones muy dispares con respecto a la gestión de la autenticidad y al estatus de las discusiones sobre el caso en cuestión, comparten otro elemento crucial. En ninguna de las discusiones que seguimos encontramos cuestionadas las representaciones de la identidad de los miembros. En cuanto a los elementos argumentales, prácticamente cualquiera podía ser cuestionado, pero esto jamás llegaba al punto de poner en duda si la persona que escribía era “realmente” quien decía ser. Por otra parte, los desafíos con gran frecuencia se orientaban a socavar la relevancia de las experiencias o la experticia empleadas como fundamento, y no el argumento como tal. Es posible que, sin medios para probar que una persona no sea quien dice ser, ésa sea una estrategia retórica siempre débil. La impresión general que nos llevamos fue la de estar ante una perspectiva de la identidad “de hecho”, muy distinta de la que nos sugieren los teóricos de los juegos de rol. No queremos decir con esto que la mayoría de los miembros de grupos de noticias tengan una visión ingenua de la identidad como una instancia transparente de lo que una persona es. Es que, sencillamente, las discusiones transcurren como si las identidades existiesen y estuviesen allí, tal como están, para los propósitos prácticos de los grupos de noticias. El estatus de las afirmaciones sobre la identidad no suele transformarse en un tópico de discusión en estos grupos, lo cual no quiere decir, bajo ningún respecto, que la identidad no sea importante. Más bien, las expresiones sobre la identidad se emplean para apoyar los argumentos que fundamentan las afirmaciones, posicionando al autor en determinados lugares para evaluar y juzgar. Tales afirmaciones de identidad también se emplean para socavar la facticidad de ciertas declaraciones, por cuanto pueden revelar sesgo o irrelevancia con respecto al tópico. Así, las declaraciones sobre identidad son recursos que ayudan tanto a conformar como a disolver la autenticidad.

En el grupo de discusiones sobre telenovelas que estudiaban, Harrington y Bielby (1995) notaron que la identidad se convirtió en un tema particularmente polémico cuando un participante dijo ser uno de los actores del programa. Si bien cualquier otra adscripción de identidad hubiese sido aceptada tranquilamente, esta generó burla y suspicacia. Harrington y Bielby indican que no se trata de que los participantes necesariamente confíen en todas las afirmaciones relativas a la identidad, sino que, posiblemente y en la cotidianidad, tales afirmaciones no sean de su interés. En resumen, parecería que las declaraciones de identidad no son pertinentes para evaluar el interés de lo que alguien tenga que decir. En el caso del actor, su rasgo identitario tenía relevancia directa sobre el tópico en discusión, por lo que captó interés y atención especiales. Por analogía, podríamos pensar que la aparición de Louise, algún familiar o algún miembro de su equipo de abogados defensores, seguramente hubiese levantado gran interés o suspicacia entre los participantes. Eso no ocurrió en ninguno de los grupos en que participé (aunque sí hubo varias personas que intentaron hacerse pasar por el novio de Louise y que, aun así, no fueron tratados con ninguna seriedad). Uno de los diseñadores de páginas web con los que mantuve contacto, mencionó un tablón de anuncios que parecía una fuente de información particularmente interesante, por las personas que allí interactuaban:

Había varias personas en este tablón de anuncios que obviamente sabían mucho del caso. La hermana de Louise, Vicky, hizo algunas apariciones breves para defenderla, pero la persona que más la representó y defendió fue una mujer llamada “Sally”.

Resulta que “Sally” es amiga cercana de la madre de Louise, Sue, y conversaban por teléfono todas las noches, durante el juicio y desde meses antes. Esto significaría que la información que se tenía de “Sally” en el tablón de anuncios venía directamente de Sue y del grupo de abogados defensores, o sea que teníamos un punto de vista diferente y muy preciso de la situación, comparado con lo que aparecía en los periódicos (hay que destacar la terrible campaña publicitaria que se hizo a Louise en los periódicos de Boston previamente al juicio). En este espacio de discusión se pudo ver la versión de quienes están de parte de Louise, pero sin intervenciones de terceros.

En retrospectiva, la relación cercana que mantuvo este informante con la campaña, le permitió interpretar el rol de alguien bien informado dentro del tablón de anuncios, relacionado tanto con la campaña como con la familia de Louise. El relato sitúa a su autor como alguien que confía en una identidad en Internet, sin ser totalmente suspicaz, ni tampoco ingenuamente crédulo. La importancia y relevancia de una identidad se establecen en el tiempo, sobre la base de fuentes adicionales de información.

De los ejemplos que hemos tomado, debería estar claro que muchas afirmaciones hechas en grupos de noticias se orientan a promover su propia autenticidad a expensas de las demás interpretaciones. Mas no es el caso para todas las intervenciones. Aparte de las contradicciones y los rebatimientos que hemos mostrado, hay un tipo distinto de mensajes que no hemos podido incorporar fácilmente a las discusiones. Se trata, sobre todo, de chistes e insultos que tienen lugar entre algunos participantes. Los insultos suelen ser cortos y se dirigen expresamente a una persona. Un ejemplo típico surgió en un hilo argumental de `rec.travel.air` y cerró la interacción con las siguientes frases, de dos participantes que habían estado en desacuerdo:

Eres una mierda, ignorante.

Y tú igual.

Es posible entender estos mensajes como ataques a afirmaciones sobre hechos, pero esa difícilmente sea la explicación más rica sobre este fenómeno. Potter (1996) ha indicado que las declaraciones tienen dimensiones que van más allá de lo epistemológico: no sólo establecen hechos, también se producen para generar acciones. De este modo, existe la posibilidad de evaluar los insultos en su contexto. Analizando en qué momentos de las discusiones surgían los insultos pudimos ver que no ocurría aleatoriamente, sino más bien al final de largos hilos argumentales. Con frecuencia, los insultos se emplean durante un hilo de discusión para señalar que, aunque una persona esté en desacuerdo (y violentamente) con otra, está dispuesta a cambiar las condiciones del debate o dejar la disputa hasta allí. Los insultos sustituyen la posibilidad de dar la razón al otro por medio del silencio. Así como ninguna estrategia de convencimiento garantiza que un argumento se tome como irrefutable, los insultos no necesariamente cierran las discusiones. Los intercambios de insultos, por lo general, vienen después de que dos o más participantes señalan reiterativamente no estar de acuerdo en algo. En los contextos de grupos de noticias, el insulto nos hace recordar que un silencio puede tomarse por asentimiento. Dado que en estos entornos se evitan los mensajes de tipo “estoy de acuerdo” o “yo también”, cuando no hay contradicción expresa se puede entender que existe acuerdo sobre lo dicho. Existen, además, circunstancias en las que dejar de rebatir un punto ciertamente indica una forma de visto bueno a la postura contraria. Los insultos, entonces,

suplen la “falta de mecanismos de reconciliación” (cf. Gilbert y Mulkay, 1984) que serían de utilidad en determinadas situaciones.

Otra dimensión importante que se suele dejar de lado cuando se concentra toda la atención en las condiciones que dotan de autenticidad a los argumentos, es el punto hasta el cual las discusiones son placenteras para los participantes, no sólo como fuentes de información auténtica, sino como experiencias agradables y enriquecedoras. La autenticidad no es el único estándar para evaluar las discusiones en estos espacios; el entretenimiento también cuenta. En las interacciones que observó Baym (1995c), el uso del humor en espacios donde se discutían telenovelas revela la importancia que tiene gestionar la comunicación como un disfrute que, a la vez, puede ser informativo. Clarc concluyó que “lo central para los adolescentes en los *chats* no es la confianza ni la ‘autenticidad’, sino la ‘diversión’” (1998, pág. 179). De los grupos aquí estudiados, esta característica correspondería principalmente con el espacio de alt.teens. Como escribió un participante:

[...] dondequiera que uno mirase, estaba el caso de Louise Woodward; en todos los periódicos, en la tele. Era obvio que llegaría a nuestro grupo de discusión. Pero todo se salió de madre porque ninguno de nosotros en alt.teens sabía suficiente sobre el caso como para comentar con bases. Para mí, simplemente disfrutábamos destrozando los argumentos de otros.

Cuando recibí este mensaje, agradecí a su autor el recordarme que la autenticidad no era el único criterio a estudiar en los grupos de noticias.

## **Performatividad y desvanecimiento de la identidad en Internet**

Una vez considerados los modos en que se trata la autenticidad en los mensajes de grupos de noticias, pasaremos a examinar las páginas web. Esto nos dará los elementos para comparar las dos tecnologías tal como se suelen entender y aplicar por sus mismos usuarios. Como mencionamos anteriormente, los grupos de noticias son espacios donde se publican mensajes que, muy probablemente, serán rebatidos por otros. Las páginas web, por el contrario, están más exentas de críticas. Aunque es posible cuestionar abiertamente un diseño web, ello no contaría con la ventaja de la yuxtaposición de contenidos que tanto se explota para debatir en los grupos de noticias. En este sentido, una refutación se produce esperando que un cúmulo de lectores, al tanto del mensaje original, la lean. Al menos la concatenación de discusiones a partir de mensajes (posibilitada por el mantenimiento del “asunto” planteado por la intervención original) y la práctica de citar mensajes anteriores permiten asumirlo así. Quien publique una crítica en Internet sobre un sitio web no puede esperar que las personas que la hayan visitado lleguen a su mensaje. La única forma de conseguirlo sería estableciendo un enlace desde la misma página que se cuestiona y, como las web se construyen como territorios de diseñadores individuales, habría que tener el consentimiento del creador para establecer dicho vínculo. En principio, no hay razones técnicas para que los desarrolladores no puedan intervenir sus páginas entre sí. Es sencillo abrir los permisos de los archivos, de modo que cualquiera pueda tener la oportunidad de alterar una página web. Otra cosa es que en la práctica no se abran. Los programadores de web, muy por el contrario, se cuidan especialmente de proteger sus archivos ante cualquier posibilidad de alteración no autorizada.

Es prácticamente obvio que las páginas web son territorios de individuos e instituciones, y que el trabajo de alterarlas corresponde a los *hackers* y otros usurpadores. Desde estas prácticas se establece el contexto que nos deja ver las páginas web como terrenos cuyo dueño, su creador, tiene libertad de expresión, independientemente de críticas o refutaciones directas. Se puede sospechar, por tanto, que las web no dedican tanta atención como los grupos de noticias a defenderse de potenciales cuestionamientos contra su autenticidad. Que esto no sea así depende de que imaginemos, en su ausencia, a una audiencia potencialmente interesada por la autenticidad. Como discutimos en el capítulo V, las páginas web se diseñan principalmente en función de una idea de esa audiencia y la búsqueda de su reconocimiento. En este sentido, la audiencia se imagina como un grupo de personas que buscan información y valoran su autenticidad, actualidad y calidad. Los diseñadores web orientan sus elaboraciones a esta audiencia imaginada.

La autenticidad adquiere importancia para los creadores de páginas web desde esta audiencia imaginada, y en lo que resta de la presente sección, exploraremos algunos de los recursos que éstos emplean para dar sustento a tal autenticidad. El primer grupo de recursos empleados para mejorar la percepción de autenticidad depende del uso estratégico de la identidad del autor. Algunos sitios proveen información sobre quién es su autor y cómo llegó a desarrollar la web. El sitio de Mike, por ejemplo, contenía una descripción detallada sobre su orientación en el proceso de diseño de su página, al punto de dejar una fotografía propia en la parte baja con la siguiente frase:

Debo decir que ni conozco a Louise Woodward ni he estado en su pueblo natal en Elton.

Apenas soy unos años mayor que ella, pero somos personas de tipos diferentes. Nuestros mundos obedecen a dos estereotipos distintos, pero todo este asunto va más allá de esas barreras y alcanza a toda la sociedad.

Creo que fue en un programa especial del Canal 4 donde se resumieron los detalles del proceso judicial, mostrando los testigos clave. Ver el teatro de los abogados y a Louise tranquilamente sentada, verla tan fuera de lugar, tan segura de su inocencia, tan hermosa.

Fue allí cuando supe que decía la verdad. Lo sabía desde lo más profundo de mi corazón. Luego vi y leí los supuestos hechos del caso y descubrí que era imposible que ella fuese culpable por homicidio en segundo grado. Hay un sinnúmero de personas que están de acuerdo en ello.

El caso es que me sentí triste por lo ocurrido y quise hacer algo. Esto es lo que puedo hacer, y lo que he hecho: mis páginas web.

La afirmación de no tener conocimiento directo de Louise pudo ser una amenaza potencial a la autenticidad de su contenido. Pero la descripción está organizada de modo que nos da otro tipo de autenticidad. Por una parte, el comentario sobre la universalidad del caso, tildado de relevante para “toda la sociedad”, junto a la mención que hace del programa de televisión, nos da la idea de que sí está calificado para tener su opinión sobre el tema. La descripción de su reacción nos da cuenta de la profundidad de su convicción acerca de la inocencia de Louise; y tal convicción aparece como una respuesta involuntaria, obligada por las circunstancias y más allá de su deseo. Vemos que, si bien Mike no se apoya en una experiencia directa, o en algún conocimiento científico o en información interna al caso, pone en juego una serie de recursos para presentar su argumento como auténtico. El estilo coloquial, las referencias directas y las

valoraciones personales dan la impresión de testimonio (Fairclough, 1995). Y es que los etnógrafos no somos los únicos en contar nuestras experiencias en primera persona con el objeto de conferir autoridad al texto.

Es interesante que el relato de Mike se base totalmente en su experiencia ante los medios de comunicación y el tratamiento que dieron al caso de Woodward. Como vimos en los grupos de noticias, haber visto la cobertura mediática era argumento suficiente para justificar la autenticidad de las afirmaciones, pero en el relato de Mike esto cuenta como una experiencia auténtica a partir de la cual él tiene algo que decir. Cuando Scannell (1996) considera la autenticidad y los medios, acude a una sugerencia anteriormente dada por Sack según la cual, tener una experiencia, se reconoce socialmente como dar a otros una historia que contar y el derecho a opinar. Así, las personas contamos y recontamos cotidianamente experiencias de lo que otras vieron y sintieron. Scannell se pregunta si acaso ver y escuchar a los medios de comunicación puede contar, del mismo modo, como una experiencia, y termina por considerar que la experiencia mediada sí da autoridad, siempre que lo visto cuente como algo creíble. El hecho de que sea creíble, precisamente, es lo que le confiere a la experiencia mediada una realidad externa de la que cual se puede hablar, sirviendo de base para la formación de opiniones. La proliferación de páginas sobre Louise Woodward a cargo de personas que jamás la conocieron personalmente y que más bien siguieron el caso a través de los reportajes, comprueba que la experiencia mediática de los sucesos cuenta, para ellas, como base legítima de opinión, descripción y producción de relatos.

La web de Jim nos dejó ver una forma muy distinta de gestionar la autenticidad. El contenido estaba expresamente orientado a conseguir reconocimiento, por medio de la publicación de noticias minuto a minuto sobre el caso. Las páginas de Louise Woodward, por lo general, tenían pocas referencias sobre la identidad de su diseñador, y la frase “Este sitio se actualiza regularmente” sugiere una pasividad y una automatización que rayan en lo impersonal; un elemento que se apoyaba además en mensajes frecuentemente anónimos y en plural del tipo de “hemos recibido” tales contenidos. En sus diferentes capas, el sitio se refería a una primera persona del plural como autor, y los reportajes sobre acontecimientos se trataban siempre de forma pasiva, como por ejemplo “se ha alegado que...”. El desarrollo en su conjunto nos deja la impresión de estar administrado por un colectivo en vez de por un individuo, y de que no es necesaria una autoría individual. Podemos inferir indirectamente que tal impresión es compartida cuando analizamos los comentarios enviados por los visitantes y publicados en el mismo sitio: la página de opiniones es empleada cual si fuera un tablón de anuncios donde escribir las percepciones y opiniones del caso, sin dirigirse en ningún momento al administrador de la web. Algunos mensajes contemplaban consejos o gestos de apoyo para Louise o para el juez Zobel, pero ninguno –que hayamos encontrado– se dirigió a Jim ni demostró advertir que hubiese un autor individual, detrás del sitio web, para recibirlo. Esta gestión del “desvanecimiento” de la identidad de Jim se limitó a las páginas de Louise Woodward las cuales, abajo y entre logotipos, ofrecían el siguiente enlace “Visite al autor de esta página”. Si se seguía el vínculo, se llegaba a su página personal, construida con un estilo muy diferente. Allí, Jim se describe a sí mismo y a su familia, emplea fotografías, y cambia el

estilo pasivo de redacción a otro activo e informal repleto de primeras personas. Pareciera como si, en vez de intentar desvanecerse frente a su audiencia, este autor situara el desvanecimiento de su identidad dentro de las páginas de Louise Woodward como un modo adecuado de actuar en esa circunstancia concreta. En sus páginas personales, no obstante, recobra esa identidad y la inserta como factor relevante y apropiado.

El Sitio Oficial de Campaña de Justicia para Louise Woodward, no contaba con ningún elemento que identificara al autor. Su desvanecimiento era total. Incluso el correo electrónico provisto para contactar con el autor era el anónimo *webmaster*. Más allá de ello, ofrecía muy pocas pistas sobre la historia de su creador. De hecho, cuando escribí a ese “webmaster” para solicitar su colaboración en esta investigación, no tenía idea de con quién o quiénes estaba comunicándome. Tenía la idea de que sería un grupo de personas, pero no podía siquiera intuir donde se encontrarían, más allá de algún bar de Elton. Deseaba que una sola persona leyese el correo electrónico que había enviado, y no que se discutiera en grupo; y fue una grata sorpresa obtener una respuesta escrita en tono tan personal. Más aún, me alegró encontrar que alguien a quien no conocía me diese tanta confianza. Fue así como el *webmaster* adquirió nombre, edad, familia, profesión y un cúmulo de emociones y reacciones alrededor del caso de Louise. Por lo descrito, su proceso de implicación personal con el caso, así como su convicción sobre la inocencia de Woodward, eran muy similares a lo que algunos *webmaster* “aficionados” relataron en sus webs o me contaron en privado. El desvanecimiento de la identidad del autor web permitió al sitio de campaña presentarse como una voz válida. Hacer patente la relevancia al autor como mediador podía pesar sobre su impacto o generar dudas sobre la separación de intereses entre él y la campaña.

Si por un lado la estrategia de Mike, como la de los etnógrafos, refleja el uso de la primera persona para denotar una experiencia auténticamente subjetiva, la campaña oficial emplea el estilo científico de presentación de contenidos. En la redacción de documentos formales de la ciencia, el autor se mantiene ausente. El estilo “ostentosamente neutral” (Knorr-Cetina, 1981) de estos informes ayuda a sostener una visión de los hechos científicos como descubrimientos de elementos o fenómenos que existen en el mundo natural, independientemente de los investigadores (Woolgar, 1988). Así como estas formulaciones fomentan la percepción de que los hallazgos han surgido por sí solos y sin participación humana, la retórica del sitio de la campaña oficial transmitía la inocencia de Louise, en gran parte, basándose en hechos que hablaban por sí mismos. No obstante, como se ha advertido en Knorr-Cetina (1981), la capacidad de convencimiento que pueda tener un documento científico no depende solamente de la forma en que está organizado y redactado, sino también de las disposiciones institucionales a las que obedece a la hora de presentar algo como válido científicamente. La capacidad de persuasión de estas narrativas, en otras palabras, depende de la existencia de una comunidad de lectores que compartan determinadas prácticas de interpretación. Y aunque lo mismo se pueda aplicar a las páginas web, no tenemos cómo saber con claridad si acaso estas están sustentadas por prácticas comunes de lectura e interpretación.



Figura 6.1. Retrato de Louise Woodward en los sitios de apoyo

Buscando la identidad de los autores de páginas sobre Louise Woodward, encontramos que esta no se usa azarosamente. Más bien, la gestión de la identidad es una estrategia que utilizan los diseñadores para fortalecer la autenticidad de sus productos. Este apoyo a la gestión de la autenticidad por medio de la representación o el desvanecimiento de la identidad no están tan claramente delimitados como mostraría una etnografía o un documento científico. Sí que pudimos ver, en las páginas web “aficionadas” que estudiamos, una cantidad de matices en los diseños, que se hacían bien entre autores presentes y que se representaban como experimentados *webmasters* totalmente desvanecidos. Muchos combinaron ambas opciones, por ejemplo, manteniendo secciones sobre Louise Woodward donde se desvanecía toda autoría, con secciones en las que aparecían diversos rasgos personales. Y es que, a la postre, los autores “aficionados” no tienen que ceñirse a disposiciones institucionales para presentarse ellos mismos o a los temas que les interesen como quieran. A partir del rango de recursos con que cuentan, tienen total libertad para elegir aquello que les resulte más apropiado para convencer a su audiencia imaginada, en cualquier circunstancia (imaginada).

Si bien hasta ahora nos hemos concentrado sobre todo en las características textuales de las páginas web, las imágenes también juegan un rol importante en la gestión de la autenticidad. El primer rasgo destacable aquí, es que las fotografías de Louise Woodward aparecieron en casi todos los sitios que encontramos. En el capítulo V discutimos las formas en que los creadores hablan de la selección de imágenes como elementos estéticos y representativos del caso o de las cualidades de Louise. Vimos cómo presentaban la elección de una imagen como un proceso cuidadoso de selección. Dada la atención que cae sobre la selección individual, parecería sorprendente que la misma imagen aparezca repetida tantas veces en los distintos sitios. La imagen (figura 6.1) muestra a Louise sonriendo frente a la cámara, con un foco suave, ajustada a un marco ovalado. Las variaciones individuales se limitaron a ajustar o eliminar el marco, alargar o disminuir el tamaño de la foto, en fin, cada autor ajustó la imagen para adaptarla a su sitio. Lo que parece obvio es que se obtenía la imagen copiándola de otros sitios web, a veces con permiso, a veces sin él. El copiado de imágenes se reconoce generalmente como una práctica entre diseñadores web, aunque aquellos que piden autorización están en una posición moral (y legal) de mayor protección. El hecho de que tantos autores hayan copiado una misma imagen resulta intrigante y, aunque no hayamos podido cerciorarnos de su origen, todo apunta a

que se publicó inicialmente en el sitio oficial de campaña. Muchos autores vieron en esta imagen un símbolo de apoyo a Louise pues, para ellos, transmitía cierto aire de inocencia. El retrato apareció también en sitios que presentaban el caso de formas menos sesgadas, con lo cual podríamos decir que era una imagen negociada, en el sentido de que podía simbolizar el caso en su conjunto o ser interpretada como representación de la inocencia de Woodward. Otra imagen, que apareció con frecuencia entre quienes apoyaban a Louise, fue el símbolo de la cinta amarilla (Figura 6.2), la cual no apareció en ningún lugar que pretendiera tomar el caso de forma imparcial. La figura de la cinta amarilla se utiliza como símbolo de aquellas personas cuyo retorno se espera, y tuvo gran presencia entre quienes hacían campaña por la libertad de Louise Woodward. Los autores marcaban su posición a favor de ella con tan sólo incluir esta imagen en sus páginas web.



Figura 6.2 Imagen de la cinta amarilla mostrada en los sitios de apoyo a Louise Woodward.

Además de las imágenes, circulaba otro tipo de contenidos entre sitios web. Las fuentes externas de información, como reportajes de las agencias de noticias, casi siempre se atribuían a sus fuentes. Podríamos asumir que esta práctica busca, por un lado, dar un debido reconocimiento al material prestado y, por otro, certificar de algún modo la autenticidad de la información. Las transcripciones tomadas de programas de televisión también contemplaban la fuente de origen. Registros oficiales, tales como la apelación del Tribunal Supremo, eran apropiados por los desarrolladores e incorporados a sus respectivos sitios. Si bien era posible y más sencillo establecer un enlace con el informe oficial en vez de copiar la información, con ello se corría el riesgo de perder al visitante, enviándolo a otro sitio (con el cual se compite). Así vemos que, manteniendo el veredicto oficial en su espacio propio, el diseñador web maximiza su probabilidad de retener a los visitantes por más tiempo. Además, creando su propia copia del veredicto oficial tiene la posibilidad de adaptarla al estilo del diseño, basándose en colores, logotipos y barras de menú. Si bien era perfectamente posible que un documento del Tribunal Supremo se presentara de forma estéticamente coherente con el resto de la página, por lo general, esto no se aprovechaba. Incluso cuando el logotipo se colocaba al tope de la página, o cuando se empleaba determinada paleta de colores, lo común era que los contenidos provenientes del Tribunal se presentaran tal como habían sido publicados originalmente, inclusive con la misma tipografía, en muchos casos diferente de la utilizada en el resto del sitio web. En este sentido, el uso de diferentes fuentes tipográficas representa las distintas voces (el experto, un testigo, etc.) que se necesitan para construir la

narrativa de un programa en televisión (Fairclough, 1995). El uso de distintas voces, además, añade autenticidad al relato, pues lo hace susceptible de corroboración. Lo mismo podría decirse de la decisión que tomamos, en el marco de nuestra etnografía, con respecto a las contribuciones de nuestros informantes, sin variar su redacción en absoluto.

Otra forma de presentar voces alternativas, consistía en diferenciar las opiniones del autor del resto de los textos, lo cual se tendría que tomar como intención de objetividad. Mike, por ejemplo, introdujo contenidos de una entrevista hecha a Louise Woodward, con la siguiente frase:

Aquí está parte de lo que ella dijo (estos son extractos de las notas que hice yo):

Mis comentarios estarán en cursivas

Igualmente, muchos sitios separaban “opiniones” de “últimas noticias” o de “historia del caso”. Cuando un autor se relacionaba con el caso a través de algo que tuviese que ver con su identidad, las opiniones parecían apropiadas, e incluso entonces intentaban diferenciarlas de los hechos. Para los sitios dedicados a Louise Woodward, el esfuerzo por conseguir narrativas convincentes se concretaba distinguiendo la información de fuentes consideradas como válidas de la voz del autor.

En esta sección hemos intentado mostrar que, dentro del propósito general de producir sitios para determinadas audiencias, los autores de páginas web echan mano de una serie de estrategias entre dos extremos: la representación abierta de la identidad, y su desvanecimiento total. La representación de la identidad sitúa al autor dentro de su página en aras de dar fuerza a los contenidos, basándose en su experiencia y su pericia personales. El desvanecimiento de la identidad, por su parte, implica la presentación de información cual si se tratara de fenómenos independientes de quien los narra. Ambas estrategias apuntan a generar un marco de interpretación para el sitio web en su conjunto, bien como respuesta sensible y sincera ante los eventos, bien como representación objetiva de los hechos. Más allá de la identidad como fuente de valor para la impresión de autenticidad, existen otros elementos, frecuentemente utilizados, para dar sustento a esa autenticidad, entre los cuales se encuentran la atribución a fuentes externas de información, la aplicación de plantillas de diseño para señalar los contenidos de esas fuentes, y la selección de imágenes que correspondan con el mensaje que se desea transmitir a la comunidad que conforma la audiencia. Estos recursos se suman a los discutidos en el capítulo V, referentes a la temporalidad y la conectividad entre lugares clave como una práctica que busca la producción de reconocimiento.

Podemos decir que los distintos caminos que se toman para lograr autenticidad constituyen modos de inducir confianza en la información que se presenta a la audiencia. Los autores, en este sentido, hacen uso de un vasto conjunto de estrategias estéticas y discursivas para lograr que sus contenidos sean convincentes, aunque a fin de cuentas, no tengan más retroalimentación para evaluar la efectividad de esas estrategias que los contadores y las estadísticas de visitantes. Si bien las páginas pueden hacer todo lo posible para transmitir autenticidad, no hay estrategia que garantice el convencimiento de sus visitantes. Los

creadores de sitios web, así como los etnógrafos, intentan predecir las reacciones de los visitantes sin tener cómo confirmarlas o evaluarlas. En ese sentido y como etnógrafa, he desarrollado mis propias prácticas de lectura e interpretación, y puedo decir que tengo las competencias culturales necesarias para navegar por el ciberespacio. Y si bien el presente capítulo se sustenta en los análisis de textos que encontramos, también son fundamentales las habilidades que desarrollamos para leerlos e interpretarlos en sus propios términos. Considerando que no existen criterios públicamente disponibles para evaluar las páginas web, no hay otro modo (dentro de un marco etnográfico al menos) de juzgar la eficacia de las estrategias para lograr autenticidad. Para evaluar esto, habría que prestar atención a los consumidores de páginas web y no a los productores con quienes hemos trabajado en esta investigación. Con esto queremos dejar constancia de la urgente necesidad de comenzar a estudiar cómo las personas buscan e interpretan la información que encuentran en Internet.

### **Virtualidad, autenticidad y cierre**

El presente capítulo se ha basado extensamente en una forma de hacer etnografía desde el análisis del discurso. Las técnicas que este ofrece constituyen potentes herramientas para explorar las formas en que se construyen los relatos para ser convincentes y ayudar al etnógrafo a mantener su perspectiva escéptica con respecto a las características de los contenidos que encuentra. La fuerza analítica de este tipo de análisis se basa en el hecho de que el investigador se muestre como un miembro culturalmente competente capaz de interpretar el discursos y los textos tal y como la haría cualquier otro miembro de esa cultura. Esta competencia cultural es la base para el desarrollo de un análisis del discurso arraigado en el sentido cotidiano que la gente tiene de sus interacciones. Ciertamente, en situaciones comunes, cualquier analista del discurso podría parecer cultural-mente competente, pero cuando las circunstancias son tan desconocidas como en nuestro caso, es importante atender el proceso para llegar a ser un miembro competente de una comunidad. De este modo se pueden hacer visibles aquellas características de las interacciones que, por su obviedad, pasan inadvertidas.

A través de esta aplicación discursiva a la perspectiva etnográfica nos fue posible observar que muchas interacciones sobre Louise Woodward en Internet (aunque no todas) se estructuraron con el objeto de promover la autenticidad. En los grupos de noticias, la gestión de la autenticidad es un proceso dinámico en el cual los participantes presentan o rebaten intervenciones entre ellos. Comparando los distintos grupos, encontramos que hay múltiples estándares y modos de gestión de la autenticidad, que se ponen en juego dependiendo de las situaciones y los escenarios. En cuanto a las páginas web, la gestión de la autenticidad fue igualmente visible, aunque sea un proceso relativamente estático. Crear sitios web que efectivamente trasmitiesen a sus visitantes la sensación de estar frente a información *auténtica* pasaba por el uso de testimonios personales, afirmaciones objetivas o atribuciones a fuentes externas de información, combinando el uso de imágenes con fuentes tipográficas y estilos de presentación. Los diseñadores web se alimentaron de múltiples voces para producir auténticas narrativas sobre el caso de Louise Woodward.

En ambos, grupos de noticias y páginas web, la gestión de la autenticidad también se apoyó en un uso estratégico de la identidad de sus respectivos autores; una identidad que, administrada en forma de presencia o de desvanecimiento, intenta dar sustento a los contenidos y las afirmaciones expuestas. Inclusive en los foros dinámicos de los grupos de noticias, las identidades eran raramente puestas en entredicho. La relevancia de las afirmaciones o descripciones expuestas en estos espacios podía ser objeto de discusión, pero la validez de la identidad, rara vez era atacada. Cabe pensar que los participantes simplemente no cuentan con recursos suficientes como para rebatir convincentemente una identidad. Alternativamente, podríamos pensar que la identidad no es pertinente a las discusiones en la mayoría de los casos o, dicho de otro modo, que no importa si alguien es “en verdad” quien dice ser. Las identidades se aceptan tal como se manifiestan siempre que confiar no implique riesgos. No se trata de una ingenuidad o credulidad sino de una confianza situada, que depende de lo que se pone en juego cuando se acepta, sin reservas, una declaración de identidad. Las agencias de noticias, por ejemplo, corrían un gran riesgo al aceptar el veredicto de quien aparentemente sería el juez Zobel. Para corroborar y asegurar su identidad, tuvieron que hacer todo un esfuerzo y tomar una serie de precauciones. Las relaciones que contemplan mayores riesgos se conforman solamente en lugares en que las identidades han emergido en el tiempo o han sido validadas desde múltiples instancias. El “extraño caso del amante virtual” (Van Gelder, 1991; Stone, 1996) destaca por la tremenda inversión que tuvo que hacer el perpetrador para crear y sostener una identidad, y los recursos que finalmente hubo que aplicar para socavar sus estructuras. Pero en la mayoría de las interacciones en Internet no se ven semejantes complicaciones; puedo atestiguar que lo relativo a la identidad se toma más o menos como hemos reflejado en esta etnografía. Me propuse interactuar con las identidades con las que entrábamos en contacto, no investigar si acaso esas identidades correspondían con las personas que reflejaban. La identidad se trata como una representación situada, e incluso como recurso para socavar determinados argumentos. En ningún momento fue mi intención hacer juicios sobre lo que las personas son en su vida *offline* y, por ende, no he empleado los recursos (llamadas telefónicas y visitas) necesarios para corroborar lo que han dicho en Internet sobre sus vidas “en el mundo real”. A fin de cuentas, el objetivo de esta etnografía ha sido experimentar las interacciones en Internet en sus propios términos, como una usuaria más.

En aquellos lugares donde se gestionan la identidad y la autenticidad se da un vínculo entre lo *offline* y lo *online*. Cuando las personas hablan de lo que son o expresan sus opiniones sobre el caso, están haciendo *offline* declaraciones acerca del mundo. Más que decir que Internet tiende puentes con la vida del “mundo real”, se trata de vínculos estratégicos, y lo que ocurre cotidianamente se convierte, en muchos casos, en el material de los espacios virtuales de interacción. No es cierto, entonces, que lo virtual trascienda lo real de forma automática. Los espacios de interacción pueden estar configurados de distintas maneras, y pueden experimentarse también de formas variables, pero no pierden nunca, enteramente, toda referencia a las realidades *offline*. El universo *offline*, constituido aquí por las identidades y las experiencias de que los participantes expresaron en relación a los eventos del caso de Louise Woodward, estructura y provee puntos de referencia para las interacciones en el ciberespacio. Según Baym, “los grupos virtuales a menudo están entretejidos con la

manufactura de la vida *offline* en vez de oponerse a esta” (1998, pág. 63). En el contexto aquí discutido, podemos ver esta afirmación a la inversa y proponer que las experiencias *offline* se tejen alrededor de la fabricación de grupos *online*. Una realidad *offline*, en la que el caso transcurría y se mantenía al alcance de la experiencia de todos los interesados, constituyó el terreno común presumible para generar las discusiones y situar las identidades. Más que tratarse de un postmodernismo falto de seriedad, esto se parece más a lo que Stubbs describe como “el último refugio para un discurso y una política peculiarmente modernos” (1998, apdo. 6.3).

Aunque no hayan sido el centro de atención de nuestra etnografía, estas interacciones también facilitan un terreno fértil para la consideración de reacciones que generan los medios de comunicación social en tanto experiencias públicamente accesibles. Es posible vislumbrar que, en general, el mundo virtual aumenta la recepción y la confianza en las fuentes de noticias (Jones, 1997b), pero esto no se vio tan claramente en las discusiones en torno al caso de Louise Woodward. Quienes entraron en esas discusiones, se consideraban aptos para ello por haber visto el caso en televisión y, si bien se podía obtener información adicional por Internet, lo más frecuente era encontrar en la televisión como fuente primaria, así como ésta estaba en el origen de la motivación para conocer más sobre el caso. A pesar de la presencia del WWW, parece que el papel que juegan los medios de comunicación en la provisión de experiencias compartidas, más allá de las distancias, no se ha visto mermado. De hecho, podríamos decir que la naturaleza internacional de las interacciones en Internet depende de que haya eventos que estén disponibles transnacionalmente. La cobertura mediática de acontecimientos a través de las fronteras nacionales proporciona la base para la discusión entorno a ellos. De ahí que no se pueda afirmar que Internet sustituye a los medios de comunicación, sino más bien que se apoya en ellos, en algunos contextos, para estructurar debates entre participantes que comparten una experiencia común. La televisión se entiende como una instancia en la cual las experiencias privadas se convierten en eventos públicos que cualquiera puede ver e interpretar como fundamento para expresar su opinión, y es por esto que la cobertura mediática es un elemento tan presente en las discusiones de Internet. El ciberespacio se construye, entre otras cosas, sobre la objetivación de las experiencias que los usuarios tienen viendo televisión (Scannell, 1996) y, de ese modo, se ha convertido en un lugar donde se hacen públicas las reacciones ante las pantallas, acaso alguna vez expresadas privadamente en el hogar. El hecho de que las opiniones pasen a darse en un lugar interactivo y abierto al público abre otro vasto terreno de investigación para observar hasta qué punto la incorporación de esta dimensión puede transformar la experiencia misma de ver televisión.

Es muy difícil determinar si acaso, a la postre, las expresiones de hecho en Internet son realmente convincentes. Que las personas creen lo que leen es algo que, por lo general, no se puede verificar en la Red. Las oportunidades para expresar acuerdos se ven muy mermadas en los grupos de noticias que ponen tanto esfuerzo en disentir y rebatir permanentemente, así como por la imposibilidad de mostrar conformidad con los contenidos expresados en los sitios web. Sin tener cómo seguir las reacciones de los lectores ya sean usuarios corrientes de Internet, participantes activos en grupos de noticias o fisgones, es muy difícil siquiera conocer

los criterios a través de los cuales se interpreta la información en la Red. Los caminos que toman los usuarios, la adquisición y la administración de sus propios recursos como lectores nos dan algunas claves para comprender las prácticas que emplean para convencer a otros. Estas observaciones, no obstante, se limitan a la comprensión de las competencias culturales de un grupo particular de usuarios de Internet: productores activos. Queda mucho camino por recorrer en el estudio de las prácticas de lectura e interpretación de los consumidores de Internet, quienes no dejan rastro alguno de sus interpretaciones. Si desatendemos ese terreno de investigación, seguiremos siendo incapaces de saber a ciencia cierta si acaso, y en qué medida, las gestiones de la identidad y de la autenticidad resultan convincentes. Si existe algún tipo de cierre final en las discusiones que transcurren en Internet, se da en otros lugares de los que hemos estudiado. La resolución de discrepancias, en este sentido, no está disponible globalmente, sino que ocurre en el espacio local del individuo sentado frente a su ordenador. Si nos fijamos únicamente en los contextos de grupos de noticias, veremos que las discusiones “parecen tener un elemento rizomático, ya que no tienen comienzo ni final, como si todo ocurriese entre medio de estos extremos” (Lotfalian, 1996, pág. 131). La discusión y su cierre acontecen en dos espacios sociales distintos, lo cual no quiere decir que una conclusión sea más sólida si se sitúa local o físicamente en un contexto determinado. Gilbert y Mulkay nos han recordado que un cierre al cual se llega situacional y físicamente es, también, un fenómeno discursivo “variable según su contexto” (1984, pág. 112). Incluso ante formas de consenso sobre hechos científicos, las resoluciones o conclusiones finales siguen siendo parte del discurso y sus estrategias, retóricas y no observaciones incuestionadas sobre el estado de las cosas. Deberíamos, por tanto, adentrarnos en el contexto en el que una persona declara estar convencida o no de la verdad de algo que haya visto o leído en Internet, para entonces considerar dónde se formó el cierre, la conclusión final, según quién y con qué propósitos.

Ciertamente, hubiese sido todo un placer construir esta etnografía de modo tal que reflejase la ambivalencia del cierre que hemos puesto al descubierto en Internet. El cuidado por limitarnos a las prácticas de lectura e interpretación nos salvó de producir un texto etnográfico más caótico, en el que las ansiedades y preocupaciones por el postmodernismo y la reflexividad se viesen permanentemente reflejadas (Marcus, 1998). No obstante, tengo que decir que no fue mi intención llegar a un texto que termine girando alrededor de la flexibilidad interpretativa, en Internet o en el estudio etnográfico. He tratado, en todos los casos, de dejar claras las contingencias que fueron dando forma a esta investigación, y de mantener abiertas las posibilidades de interpretaciones alternativas a las mías. A la vez, he mantenido la tradición etnográfica de redactar en primera persona para reflejar un conocimiento basado en la experiencia propia y dar bases a la autenticidad de las afirmaciones aquí hechas. De haberme preocupado más por dejar abiertas las posibilidades de interpretación, hubiese terminado simulando el estilo de los grupos de noticias, atacando y rebatiendo permanentemente mis propias aseveraciones. Pude haber empleado una suerte de voz alternativa para reproducir en cierto modo el estilo confrontador que caracteriza algunas de las discusiones que estudiamos, y existen precedentes de etnografías escritas de este modo. El estilo dialógico no es exclusivo de los grupos de noticias, y ha sido empleado en las “nuevas formas literarias” en un intento por representar la reflexividad dentro del mismo texto (Ashmore, 1989; Mulkay, 1985;

Woolgar, 1988). Allí, la segunda voz se introduce en el texto como expresión de un lector que intenta socavar las aserciones que el autor pretende presentar como objetivas. En vez de cuestionar mi propio texto por este camino, he optado por escribir un trabajo que ensamble múltiples voces dentro de un escrito estático, reflejando el estilo de una página web que intenta colocar la identidad de su autor como refuerzo de sus propias estrategias para conseguir autenticidad. La introducción de las voces de mis informantes ha buscado promover sus descripciones como registros auténticos de experiencias vividas. Tal como ocurre con las páginas web, la interpretación queda en manos del lector; algo que resultaría impensable desde el texto mismo. Quienes quieran hacer disponibles sus propias interpretaciones, tendrán que usar otros medios y otros contextos. Después de todo, como se puede ver, los libros y las páginas web tienen algo en común.

## Capítulo VII Reflexiones

Considerando que comenzamos este trabajo criticando la práctica de extrapolar ejemplos extremos, sería de lo más inapropiado terminar sustituyendo algunas de esas exageraciones por otras sobre las implicaciones de Internet. Parte de nuestro argumento ha sido que la comprensión de Internet alcanza a ser, como mucho, un fenómeno localmente estable, y hemos intentado mantenernos a la par de esa localidad sin pretender llegar a juicios generales (Marcus, 1997). Internet es un texto que se lee y se escribe por sus mismos usuarios, una “realidad” que surge de sus actividades. Las capacidades de la Red se conforman en las páginas web y en los mensajes publicados por los usuarios en grupos de noticias, así como en las múltiples representaciones de lo que ella es y de lo que puede hacer. Por estas mismas razones, en este capítulo final, evitaré llegar a un resumen sobre las implicaciones de Internet, mucho menos recetar a los lectores formas de estudiarla. Lo que haré aquí será ensamblar algunas reflexiones sobre el proceso etnográfico y sus implicaciones, para apuntar a las áreas de investigación que hemos dejado más desatendidas.

### ¿Por qué lo hacen?

La cuestión que más me preguntan, cuando hago comentarios a propósito de los sitios que apoyaban a Louise Woodward, y que proveyeron el material para mi etnografía, es “¿por qué lo hacen?”. Por lo general, se espera que el etnógrafo tenga historias que contar sobre las extrañas prácticas que ha encontrado sobre el terreno. Además, si bien sus afirmaciones más formales pueden sustentarse en lujosos arreglos teóricos, en contextos informales pueden más bien conducirlos a tener que lavar la “ropa sucia”. Esta pregunta desvela la sospecha de que la etnografía es más de lo que se presenta en formato académico y, también, pone en evidencia la gran separación cultural que existe entre la audiencia académica de este libro y los autores web que hemos descrito. Un buen etnógrafo debería tener la capacidad de responder, pensar, y en el sentido que propone Geertz, “reducir el enigma” (1993, pág. 16) de lo que puedan evocar otras formas de vida. Es decir, sé que debía responderla de forma comprensible para el mundo cultural de quienes me interrogaban. Para ello, tendré que contar algo sobre las formas de vida *online* en términos *offline*, algo tremendamente laborioso que, al parecer, no entienden quienes demandan una respuesta abrupta, sencilla y seca. Es imposible abarcar de un solo modo la diversidad de tipos de compromiso que mostraron los distintos autores de páginas web en esta etnografía. En su momento, si bien recurría a mis detalladas observaciones acerca de la organización espacio-temporal de las páginas web, ni mi audiencia ni yo misma quedábamos satisfechas. Finalmente, en esta fase tardía del análisis y después de la redacción de la etnografía, creo estar en posición de responder.

Una razón de “por qué lo hacen”, es que comparten una serie de interpretaciones que dan pie a la producción de páginas web como forma de acción social. Sin ese conjunto de supuestos, la producción de páginas web sería una actividad cuyo sentido no pasaría de un mero entretenimiento al cual habría que dedicar demasiado tiempo. Ahora, la orientación de la

acción que representa el desarrollo de una web, varía según cada autor. Para muchos, producir un sitio de apoyo para Louise, representó hacer algo por ella. También, la creación de una web de esta orientación podía representar una forma de “llevar la verdad” a todas partes, o de procurar un espacio para la expresión de reacciones ante los eventos, como encontró Stubbs (1998) en los grupos de noticias que estudió. Otros productores encontraron más tipos de acción social, tales como la obtención de cierta reputación por sus buenos diseños, lo cual generaría nuevas oportunidades laborales o mayores ventajas ante sus proveedores de servicios de Internet. Lo fundamental para comprender “por qué lo hacen” es saber que la página web representa una acción con determinada significación social para sus diseñadores, los cuales, a su vez, las diseñan considerando que tendrán sentido para sus audiencias. Como vimos, los propósitos principales que guiaron el desarrollo de sitios web en torno a Louise Woodward fueron dos: promover el apoyo a la chica y lograr reconocimiento. La prioridad pasó de uno a otro eje según cada creador, pero ambos intereses dependieron en todo momento de su habilidad para dar con un diseño que, en efecto, representase una acción social. Así, podemos decir que la habilidad de reconocer la producción de webs como forma de acción social es una de las competencias culturales necesarias para que el uso de Internet tenga sentido. Esta competencia conlleva la conceptualización de la página web como medio de comunicación con una audiencia, la habilidad para leer el *collage* temporal y para negociar el espacio de flujos en un espacio web, así como la destreza para gestionar la autenticidad de forma efectiva.

En resumen, lograr un sitio web que realmente tenga sentido como acción social depende de un conjunto de interpretaciones acerca de lo que es la tecnología, la audiencia y la relación entre el espacio y el tiempo. Los diseñadores de páginas web van dando forma a sus páginas considerando las posibles reacciones de su audiencia, y llevan a cabo el diseño buscando maximizar las probabilidades de obtener visitas. Es aquí donde entra en consideración la preocupación por incorporar gestiones efectivas de la autenticidad de sus trabajos. La concepción de la audiencia influye también en la preocupación por una descarga rápida del sitio, de información actualizada y completa, y la facilitación de enlaces valiosos. Es en la idea y la representación de la audiencia que los diseñadores encuentran el significado de sus actividades. Y la audiencia no siempre está indiferenciadamente ahí afuera, en Internet, sino que se puede contemplar en otros diseñadores, potenciales empleadores, familiares, amigos o proveedores de servicios.

Por otra parte, los autores de sitios web no ven sus páginas como despliegues de contenidos flotantes y carentes de toda temporalidad, sino que, por el contrario, en muchos casos trazan puentes entre sus productos y otras secuencias de tiempo. El tiempo de una página web, por ejemplo, puede estar enlazado a los calendarios de eventos en los medios de comunicación. Producir un sitio web, a fin de cuentas, demanda tiempo, y la interacción entre este y el “tiempo de vida” (tomado de Traweek, 1988a) puede llevar a los autores a mantener el valor de la actualidad, incluso a expensas de la calidad o la reflexividad sobre sus mismos contenidos. La compleja relación entre el tiempo en web y el “tiempo de la vida” produce la mezcla de temporalidades y ubicaciones que entran en lo que Castells (1996a) ha denominado

*collage* temporal. Cabe notar, en este sentido, que interpretar este concepto como un fenómeno desorientador y alternativo al tiempo lineal, sería un triste reduccionismo. Los autores web, en sus prácticas, son competentes para gestionar el *collage* temporal relacionándolo con el progreso de los eventos en el tiempo lineal de forma comprensible. Así, en efecto, el *collage* temporal ni flota libremente en el espacio ni es fuente de desorientación.

Por otra parte, podríamos decir que la interpretación convencional del espacio, como establecimiento de distancias, es difícil de aplicar en la Red. Los diseñadores web tienen una comprensión del espacio que se basa en la conectividad y no en la distancia. La tarea más importante, para ellos, es hacerse notar en el ciberespacio, ser encontrados por una potencial audiencia, y la relevancia que adquiere la conectividad se manifiesta en el esfuerzo que hacen para maximizar sus enlaces y vínculos, o lo que puede ser igual, su visibilidad en motores de búsqueda. Sería un error, en todo caso, generalizar esto y decir que todos los espacios de flujos son iguales. Los creadores web, con sus esfuerzos por mantener la presencia de sus diseños en el ciberespacio, demuestran hasta qué punto no estar enlazados por vínculos equivale a no estar del todo; o lo contrario, que tener vínculos en muchos otros sitios constituye una medida de éxito. Las páginas web, tanto en sus enlaces como en sus contenidos, revelan estar al tanto de otras y, en contrapartida, los diseñadores esperan tener presencia o ser reconocidos desde distintos sitios. Así, el espacio en la Red también se traduce en el interés por crear un lugar para desplegar el producto de un diseño, y que las páginas web no se experimenten como puntos infinitesimales, flotando en un indiferenciado espacio de flujos. La preocupación por el tamaño de un sitio web suele dirimirse entre dos claras intenciones: una por tener suficiente capacidad para colocar información, y la otra por mantener un espacio que descargue fácil y rápidamente. En este sentido, y contrariamente a todas las afirmaciones que se han hecho sobre una ruptura sin retorno con los modos tradicionales de ordenamiento social, el espacio y el tiempo están estrechamente relacionados en la Red. No es gratuito que los creadores de webs, en su avidez por maximizar el uso del espacio que les proporcionan los servidores, se preocupen tanto por estudiar las dotaciones que dan distintos proveedores antes de tomar una decisión.

Por todo esto, no se puede afirmar que el espacio de Internet sea indiferenciado, ni que consista en una colección de localizaciones sin dimensión alguna. Internet se manifiesta, en las prácticas de los productores, como un espacio donde la conectividad y el tamaño son cruciales para lograr visibilidad. Más aún, el espacio virtual no está ni siquiera desvinculado del espacio físico. Que el sitio de Campaña Oficial de Justicia para Louise Woodward haya llegado a ser el centro de toda una red de páginas entrelazadas, puede interpretarse como una gestión exitosa en tanto forma de acción social. Su reconocimiento social dependió, en gran parte, de su condición única de autenticidad: se desarrolló desde el pueblo natal de Louise, donde estaba su familia. También tuvo que ver el hecho de que el diseñador haya estado a una distancia razonable del centro de la campaña. El Grupo de apoyo de Boston, igualmente, adquirió un gran reconocimiento por estar físicamente cerca del juzgado, lo cual le aseguró un buen margen de autenticidad.

Cuando se discuten las contribuciones en los grupos de noticias, la pregunta de “por qué lo hacen” no aparece tan frecuentemente. No sé por qué razón la acción de colaborar con un grupo de noticias parece menos extraña, o menos destacable, que la de producir un sitio web. Es posible que lo segundo requiera de artefactos más desarrollados, los cuales a su vez impliquen una inversión de tiempo, mientras que lo primero, al menos en casos como el de Louise Woodward, sencillamente se circunscribió a redactar comentarios más casuales, en un tono más bien conversacional. Visto así, las publicaciones de mensajes individuales, que no demandan demasiado tiempo de sus autores, preservarían cierta familiaridad con las conversaciones del día a día, algo mucho más fácil que elaborar un sitio web. En cualquier caso, insisto, tanto las colaboraciones individuales como el desarrollo de páginas web se sostienen sobre la base de que las acciones tienen significado social. En otras palabras, la clave para entender la publicación de mensajes como una acción significativa, estriba en aceptar que el grupo de noticias se constituya como un espacio social. Estos mensajes no flotan en el aire, sino que son producto de posiciones, perspectivas individuales y relaciones en un foro que, si bien puede diferenciarse de las comunicaciones cara a cara, preserva el compromiso común de valorar cualquier afirmación como producto individual y de juzgar convencionalmente la autenticidad de lo allí publicado. Las competencias culturales relativas al uso de grupos de noticias, bien en su aplicación general, bien como espacio individual, dotan de sentido social a las colaboraciones enviadas.

Por todo lo dicho, resulta tremendamente problemático afirmar que Internet trascienda el tiempo y el espacio. Si bien quizás tal afirmación resulte convincente desde un punto de vista sumergido en abstracciones, ni se manifiesta en la experiencia cotidiana de sus usuarios, ni tiene lugar en la interpretación que estos hacen de la Red. Tampoco se puede decir con ligereza que Internet, por sí misma, amenace la provisión o el consumo de información auténtica, o que represente el fin de la realidad. Las personas aún manejan una serie de recursos para dar sentido a tanta complejidad y seguir sus vidas con razonable simplicidad. Es posible que Internet sea, de nuevo, teóricamente todo un misterio, pero de ahí no se sigue que se experimente como tal. En palabras de Hasager “los humanos tenemos la capacidad de vivir sanamente en medio de modelos y percepciones del mundo muy diferentes, simultáneas y a veces conflictivas” (1997, pág. 185). La complejidad se puede vivir de forma simple (Friedman, 1997), y el hecho de que las temporalidades múltiples o en conflicto, las espacialidades y la autenticidad representen serios problemas para los teóricos, no necesariamente implica que sea así para el usuario convencional. La complejidad, en fin, se combina con la experticia práctica que le da sentido (Thompson, 1995, pág. 218).

## **La flexibilidad interpretativa de Internet**

Con frecuencia, el término “cierre” se emplea para denotar un punto en el que los conceptos han dejado de ser problemáticos. En estudios sobre la conformación social de las tecnologías, la noción de “cierre” ha adquirido un uso específico para describir el momento en que se ha llegado a un acuerdo común sobre lo que es la tecnología y cuál es su utilidad (Pinch y Bijker, 1987). Se ha sugerido que, si bien las tecnologías cuentan con cierta flexibilidad interpretativa

durante su desarrollo, en cuanto a significado, uso y problemas asociados y entre distintos grupos, llega un momento en que ésta se asienta. Se habla de “cierre” cuando hay un acuerdo general de lo que es la tecnología, un diseño final que provee un resultado de por sí representativo de la unidad de todas las diferencias enfrentadas en el camino. Los estudios sobre la conformación social de las tecnologías han recurrido a reconstrucciones históricas detalladas para mostrar hasta qué punto innovaciones como la bicicleta (Pinch y Bijker, 1987) o el refrigerador (Schwartz Cowan, 1987), aparentemente diseñados de forma óptima, resultan ser producto de largos procesos sociales de negociación. No obstante, Woolgar (1991a; 1991c) ha dado con una interpretación adicional de lo que aparentemente es el “cierre”, sugiriendo que las tecnologías más bien obedecen, permanentemente, al principio de la flexibilidad interpretativa. Su planteamiento, en concreto, es que son las relaciones sociales, alrededor de su producción y su uso, las responsables de que se asiente la flexibilidad interpretativa para dar paso a una interpretación o un uso particular por encima de los demás. Lo que pareciera un consenso alrededor de la tecnología se mantiene, siempre y cuando se pueda enseñar a darle significado de formas apropiadas.

La etnografía del caso de Louise Woodward en Internet nos puede dar la oportunidad de considerar esta flexibilidad interpretativa. A partir de las observaciones sobre las discusiones en el mundo *online*, parecería que Internet está a la vez cerrada y todavía abierta a interpretación. Tanto en el ciberespacio como en determinados grupos de noticias, hemos visto que algunos usos se han estabilizado. Es el caso de los grupos de noticias, por ejemplo, abiertamente empleados y sostenidos como instancias sociales y colaborativas dentro de las cuales las contribuciones se organizan para demostrar su relevancia situacional y temporal. Son estos espacios que se construyen a través de la acción, o si se quiere, lugares donde las personas encuentran motivos para actuar de formas determinadas. Los grupos de noticias se mantienen como espacios sociales delimitados, discretos y distintivos, en virtud de las prácticas e interpretaciones de sus usuarios acerca de la tecnología. Sin embargo, dentro de un amplio espectro de grupos, se encuentran distintos tipos y estilos de interacción. Los creadores de páginas web también comparten algunas significaciones acerca de su propia actividad como forma de acción social, basados en la preocupación por el reconocimiento y la imaginación de una audiencia. Esto, nuevamente, no implica que todas las páginas web se desarrollen de modo similar. Como sugerimos anteriormente en este capítulo, la acción social que representa el diseño de una página web, es diferente para cada autor y para cada uno de los sitios que llegue a crear. Precisamente, la experimentación con el medio y la posibilidad de arribar a una perspectiva propia son factores de orgullo entre diseñadores web. No obstante, sigue existiendo un entendimiento compartido de esta actividad como acto de comunicación. Vemos así que existen modos generalmente estables de comprender estas tecnologías, lo cual sugiere que tanto los usos apropiados como los aprendizajes son competencias culturales que los usuarios de la Red adquieren.

La consecución de interpretaciones estables de Internet no debe ser atribuida a las capacidades de la tecnología. Más bien, son comprensiones producto de las relaciones sociales que mantienen viva la Red y que acontecen en ella; relaciones que toman la forma de

guías, tutoriales, dispositivos de etiquetado y manuales, tanto *online* como *offline*, así como la misma cobertura en medios de comunicación y las redes de relaciones sociales en el mundo físico, con amigos, conocidos y todo aquel con quien se comparta una forma de entender qué es la tecnología y cuáles son sus usos. Estos recursos ayudan a mantener una comprensión de los que es el *World Wide Web*, poniendo en circulación información útil para maximizar su comprensión, o dando a los grupos de noticias su carácter de espacios delimitados. A pesar de esta larga lista, una de las principales influencias sobre la estabilización de la comprensión de Internet, es la misma Internet. Las prácticas compartidas entre sus productores, como aprender de otro sus códigos fuente, visitarse y valorar sus diseños entre sí, así como hacer un seguimiento reflexivo a la evolución y las reacciones que producen sus trabajos en comparación con las demás, ayuda a cristalizar el sentido de las páginas web. La permanente preocupación por la relevancia de los mensajes publicados en grupos de noticias, continuamente reforzada por las mismas interacciones, también contribuye con la estabilización del significado general de estos espacios y con la diferenciación de cada uno de ellos. En efecto, el sentido de Internet se estabiliza a medida que las personas van empleando la tecnología reflexivamente, de modo tal que puedan comparar sus propios usos con los de otros. En vez de que sean las relaciones sociales entre productores y usuarios los que estabilicen la comprensión de la tecnología, tal y como sugiere Woopler (1991c), aquí parece ser que los usuarios son los que se configuran los unos con los otros.

Tal estabilización general no debe suponer que Internet se vaya solidificando, al perder progresivamente su flexibilidad interpretativa. En cierto modo, la Red está siempre abierta a interpretación. En ese sentido, hemos destacado que utilizar Internet de modo significativo pasa por adquirir una serie de competencias culturales dentro de las cuales esta instancia adquiere sentido. Ese mismo proceso de adquisición de competencias abre posibilidades de desarrollar diversas comprensiones según cada localidad. En el capítulo V, intentamos demostrar que Internet, lejos de ser “a-espacial”, se conforma como un despliegue más o menos entrelazado de espacios. Los sitios web que lidiaron con el tópico de Louise Woodward desarrollaron conjuntos de enlaces en el tiempo, que actuaron como potenciales para la interpretación. Asimismo, en los diferentes grupos de noticias se fueron conformando sub-áreas de discusión con límites, socialmente conformados, que protegían formas características de conocer y relacionarse con el mundo. A partir de estas observaciones se podría sugerir que, más que pensar en el ciberespacio en su conjunto, sería más útil indagar sobre sus distintos entornos como una serie de espacios sociales más o menos delimitados, más o menos interconectados, que se mantienen por medio de relaciones. Estos espacios, a la vez diferenciados, sustentados en el tiempo y entrelazados, son el verdadero caldo de cultivo de la flexibilidad interpretativa. Al menos en parte, los usos que dan las personas a Internet provienen de la relación entre lo que encuentran *online* y lo que asimilan sensiblemente de la tecnología. Y lo que encuentran las personas cuando entran a Internet, es una serie de espacios sociales a los cuales pueden ingresar.

Estudios sobre el uso de las tecnologías en el hogar han demostrado los modos en que estas se construye según el contexto en el que se insertan (Silverstone y Hirsch, 1994). El entorno

delimitado del hogar permite que la tecnología penetre en una serie de relaciones sociales, redefiniéndolas. La flexibilidad interpretativa necesaria para comprender la tecnología se debe en parte al hecho de que el hogar cuenta con límites definidos, pues es dentro de sus fronteras que se conformará el contexto doméstico de base para que los usuarios desarrollen nuevas interpretaciones. Por analogía, el desarrollo de espacios sociales delimitados en Internet fomenta y facilita la flexibilidad interpretativa de la tecnología, permitiendo que puedan emerger y prosperar diferentes versiones acerca de lo que ella es y para qué se puede utilizar. Puede ser, a la vez, para propósitos comerciales, para fantasear o jugar con distintos roles, para apoyar determinados grupos y compartir experiencias, para abusar, insultar o dañar. Todas esas posibilidades no vienen dadas por la ausencia de espacio, sino muy por el contrario, por la existencia de espacios sociales delimitados. Internet, en su uso, ha desarrollado un sentido del espacio que, lejos de liberarnos de las constricciones locales, revaloriza la ubicación de forma diferente, más fluida y difícil de socavar.

La red tiende a ser un dispositivo para usar en soledad o en pequeños grupos. Por inferencia directa, a partir de estudios sobre tecnologías en entornos domésticos, este aislamiento también puede contribuir con el potencial de la flexibilidad interpretativa pues los usuarios adquieren sus prácticas de lectura e interpretación, hasta cierto punto, a través Internet. La cristalización de una interpretación o significación de Internet ciertamente pasa por ella misma, pero sus fuentes están en la producción de contenidos y en la gestión reflexiva de los resultados de esos contenidos. Así, podemos decir que la actividad en Internet contribuye con la comprensión de la tecnología. Comprender el “sentido común”, o siquiera alguna valoración estable sobre el consumo de contenidos de Internet es un problema mucho más arduo para el etnógrafo e incluso para el usuario corriente. Gran parte del trabajo interpretativo que hay por detrás de la construcción del sentido de Internet no se manifiesta allí, y lo más probable es que, tanto el proceso de comprensión de la tecnología a través de prácticas de lectura y navegación, como los procesos de interpretación por medio de usos concretos, sean altamente inestables. Tal inestabilidad es impulsada, en todo caso, por la comprensión de Internet como instancia de uso en solitario. La espacialidad y la temporalidad estructuran la disposición de versiones distintas, y en competencia, acerca del uso de la tecnología. La diversidad y multiplicidad de entornos en los que se utiliza Internet, mayormente privados o en contextos laborales, parecen separar a los usuarios individuales entre sí o distinguir entre “expertos” que puedan transmitir las versiones convencionales sobre lo que es y para qué sirve.

Las declaraciones mediáticas durante el caso de Louise Woodward, presentaron una versión unificada de la Red, y le atribuyeron una serie de cualidades. La representación, en diferentes momentos del caso, fue la de un espacio de acceso instantáneo a información privilegiada, pero también como una tecnología insuficiente para transmitir veredictos legales, y un lugar en el que reina la falta de autenticidad. Estas narrativas representaron momentos de “cierre” en los que Internet se plasmó como entidad, no sólo en los medios de comunicación, sino también en el discurso de los usuarios y a través de la misma literatura académica. Muy posiblemente sus consecuencias vaguen por este mismo libro, a pesar de mis esfuerzos por erradicarlas. En

esos momentos de “cierre” se reifica Internet como un fenómeno único y singular de determinadas características ya sean cotidianas o revolucionarias. La flexibilidad interpretativa de Internet, en todo caso, al menos potencialmente, abre la posibilidad de que sea simultáneamente trivial y revolucionaria. La conclusión depende de la pertenencia a redes sociales que tengan una influencia determinante sobre las narrativas. Kirshenblatt-Gimblett, junto a otros autores, en el volumen *Connecter: Engagements with Media* (Marcus, 1996), revisan acuciosamente la significación de los nuevos medios de comunicación y la idea de que estén ocurriendo cambios radicales. Esta autora describe, de modo incuestionable, la peculiaridad de los medios electrónicos, así:

La comunicación electrónica, en términos generales, traza una línea entre las comunicaciones modernas y las postmodernas. (1996, pág. 21)

Y sugiere, al mismo tiempo, que prestemos atención a los usos cotidianos del medio. Es eso, precisamente, lo que hemos hecho en este trabajo, aunque hayamos llegado a conclusiones algo distintas con respecto a la radicalidad de la naturaleza de los desarrollos en la comunicación electrónica. En mi visión, Internet no es inherentemente revolucionaria, ni inherentemente trivial, ni moderna ni post-moderna en su esencia. Lo que hoy nos resulta obvio acerca de Internet, es producto de una larga historia de negociaciones acerca del modo más apropiado de utilizarla. Por más que resulte difícil prescindir del hábito de asociar sueños y utopías a las nuevas tecnologías, cualesquiera que sean (Rich, 1998), se necesita un marco de análisis más escéptico para dar cuenta de la relación entre los argumentos que colocan Internet como una revolución, y los que prefieren hablar de sus usos cotidianos.

## **Etnografía adaptativa**

Hemos sostenido que una perspectiva adaptativa de la etnografía nos permitiría comprender mejor las condiciones que ofrecen los avances en comunicaciones mediadas. En ese sentido, y para este estudio, he adaptado el método etnográfico según propósitos estratégicos para poder dar con una descripción abiertamente parcial de Internet, en relación con una serie de preocupaciones. La elección de un evento mediático para estructurar el objeto etnográfico, el uso de motores de búsqueda por Internet para conformar en gran medida tal objeto, y la dependencia que establecí con las interacciones *online* a expensas del compromiso etnográfico con el universo *offline*, contribuyeron a la parcialidad de estos resultados. Por otra parte, seleccioné los temas de espacio y tiempo, autenticidad e identidad, para interrogar mi experiencia como investigadora, porque me parecieron los más pertinentes a la hora de evaluar las atribuciones más trascendentalistas y revolucionarias de la Red. No obstante, a lo largo de la investigación fueron surgiendo otros temas no menos importantes, los cuales debí haber considerado más detalladamente en este libro. En particular, el rol del género a la hora de estructurar las expectativas sobre el ciberespacio y las interacciones virtuales, son omisiones que merecen mayor exploración en trabajos futuros, adaptados de un modo diferente.

Un área clave de estudios que he dejado desatendida en mi investigación se centraría en los

modos en que Internet se importa a contextos locales y particulares de uso. Queda mucho por descubrir sobre los procesos de interpretación de los usuarios. Una adaptación estratégica de la etnografía, con ese propósito, implicaría centrar la atención en contextos físicos dentro de los que se utilice Internet para dar con la filtración de transformaciones de lo virtual a lo real. Podríamos estudiar, por ejemplo, cómo el uso de Internet influye en el establecimiento de redes institucionales, de descripciones situadas o de programas de formación para usuarios. Asimismo, sería menester analizar las prácticas de los proveedores de servicios de Internet, los modos en que sus portales de servicios estructuran determinados discursos sobre el uso “adecuado” de la tecnología. Podríamos, en fin, considerar cómo las personas adaptan, a través de negociaciones, la idea general de Internet, las particularidades en las que incurren a la hora de usarla o experimentarla, y los espacios sociales que ahí encuentran. Dar sentido a Internet implica, por un lado, la radical transición que hacen las personas cuando se convierten en usuarios, y por otro, un proceso continuo de comprensión de sus usos y utilidades. Esto nos llevaría, tentativamente, a producir una investigación extensa y acompañada de estudios longitudinales sobre los modos en que la tecnología se produce, minuto a minuto, en las actividades que se generan a su alrededor (Button, 1993).

El papel de los merodeadores o mirones se vio como un vacío en nuestra comprensión de Internet. Sin embargo, es un tema que puede desarrollarse desde una perspectiva que se adapte a los contextos *offline* de uso de Internet y acompañe a los usuarios más pasivos en sus actividades. Se sabe muy poco sobre las maneras como ellos construyen sus propios espacios sociales a través de sus prácticas de lectura e interpretación, o de qué tan diversas pueden ser esas interpretaciones. Necesitamos profundizar más sobre la relevancia que tienen para ellos conceptos como *comunidad virtual*; o adelantarnos a ver los modos en que adoptan otras prácticas de consumo de información, tales como ver televisión o leer literatura. La etnografía sobre el caso de Louise Woodward ha puesto de relieve una relación, compleja y sugerente, entre Internet y los medios masivos de comunicación social. Lo más probable es que ambas instancias, lejos de sustituirse, se transformen mutuamente.

Todas las iniciativas esbozadas aquí requerirán de innovación metodológica, siempre que intenten localizarse en entornos presenciales, tomando en cuenta simultáneamente la actividad *online* de sus sujetos de estudio. Las reflexiones que puedan surgir de allí se verán limitadas si el investigador se empeña en mantener una idea unívoca del campo. Con dejar de lado las pretensiones holísticas, las interacciones cara a cara y la observación de espacios delimitados se encuentran nuevos horizontes para la etnografía; posibilidades que prometen nuevas formas de entender el espacio virtual. Ello no necesariamente implica dejar atrás el conocimiento a través de la experiencia, fundamento del quehacer etnográfico. Extender y adaptar nuestra metodología genera nuevos espacios de reflexión acerca de aquello que cuenta como experiencia etnográfica, así como de las implicaciones de las comunicaciones mediadas. La etnografía virtual, más que un proyecto acabado, “es la búsqueda de la etnografía desde un imaginario multisituado” (Marcus, 1998, pág. 3).

## Glosario de términos de Internet

**Actualización dinámica:** Automatización de los cambios hechos a una página web a partir de una fuente básica de información.

**Ancho de banda:** Medida de capacidad de comunicación o velocidad de transmisión de datos de un circuito o canal.

**Archivo de firma:** Archivo, redactado por un usuario, que se coloca automáticamente al final de cualquier mensaje enviado por correo electrónico o por grupos de noticias. Con frecuencia contienen información sobre la identidad y los datos de contacto y, en ocasiones, se emplea para chistes, citas textuales o para hacer publicidad a una página web.

**Bit:** Cantidad de información más pequeña que puede transmitirse. Una combinación de bits puede indicar un carácter alfabético, un dígito, una señal, un modificador u otras funciones.

**Byte:** Un grupo de 8 bits

**Cabecera ( *Header* ):** Parte inicial de un paquete que precede a los datos propiamente dichos y que contiene las direcciones del remitente y del destinatario, control de errores y otros campos. Una cabecera es también la porción de un mensaje de correo electrónico que precede al mensaje propiamente dicho y contiene, entre otras cosas, el remitente del mensaje, la fecha y la hora.

**Ciberespacio:** Espacio de interacción posibilitado por redes de ordenadores.

**Citación:** Práctica común en las comunicaciones mediadas por ordenador, en las cuales se publican extractos de mensajes anteriores para dar continuidad a la discusión y forma a los argumentos. Se denota, normalmente, con el símbolo >.

**Cliente:** Programa que solicita un servicio a otro sistema en red, incluyendo Internet.

**CMO Comunicación Mediada por Ordenador:** Modelo de comunicación en red que se está expandiendo rápidamente en los países y capas sociales que protagonizan la llamada Sociedad de la Información, complementando (y a veces sustituyendo) a los modelos de comunicación existentes hasta ahora.

**Código fuente:** El código HTML que especifica el contenido de una página web incluyendo la presentación de la información y los hipervínculos. Los diseñadores, programadores o desarrolladores web suelen buscar este código para dar con efectos particulares alcanzados por la página.

**Comunicación asincrónica:** Cualquier forma de comunicación en la que las partes no tienen por qué estar presentes simultáneamente.

**Comunicación sincrónica:** Cualquier forma de comunicación en la cual las partes en interacción tienen que estar presentes simultáneamente.

**Contador de visitas:** Dispositivo que cuenta el número de veces que una página ha sido accedida por un servidor. Comúnmente, se toma ese número como medida de popularidad, aunque este no represente directamente la cantidad de personas que haya visitado el sitio.

**Contraseña:** Conjunto de caracteres que permiten al ordenador verificar la identidad de un usuario.

**Correo electrónico:** Aplicación mediante la cual un ordenador puede intercambiar mensajes con otros usuarios de ordenadores (o grupos de usuarios) a través de la Red. El correo electrónico es uno de los usos más populares de Internet.

**Correos basura o Spam :** Mensajes no deseados, enviados vía correo electrónico o grupos de noticias. Usualmente contienen publicidad.

**Dejanews :** Servicio de indexación de mensajes publicados en grupos de noticias, con el objeto de localizar mensajes en base al contenido o la cabecera de la información, buscar foros de interés, entrar en ellos o leer mensajes ya publicados.

**Descargar:** En Internet proceso de transferir información desde un servidor de información al propio ordenador personal.

**Dirección:** Código exclusivo asignado a la ubicación de un archivo almacenado, un dispositivo en un sistema o red, o cualquier origen de datos de una red.

**Dominio ( Domain ):** Conjunto de caracteres que identifica un sitio de la Red accesible por un usuario. Así, por ejemplo, el nombre de dominio “.es” identifica a los usuarios españoles.

**Dominios multi-usuario MUD (Mazmorras Multiusuario/Mazmorras Multidimensión):** Forma sincrónica de comunicación basada en textos, que permite a los jugadores adoptar personajes auto-definidos, originalmente empleados para juegos de rol. Estos dominios incluyen la descripción de un espacio físico en el cual los usuarios pueden interactuar y adherir rasgos personalizados.

**EMHO (IMHO):** Siglas comúnmente utilizadas en comunicaciones mediadas por ordenador de “en mi humilde opinión”.

**Emoticon, careta, careto :** Símbolo gráfico, que normalmente representa un rostro humano en sus diversas expresiones, mediante el cual una persona puede mostrar su estado de ánimo en un medio “frío” como es el ordenador, por ejemplo al comunicarse mediante correo electrónico.

**Entorno virtual:** Cualquier foro de interacción posible a través de una red de ordenadores.

Puede emplearse para describir foros en los que los usuarios controlen avatares (representaciones visuales de sus personajes escogidos) que se mueven alrededor de un entorno presentado gráficamente en sus monitores.

**Espacio de archivo:** Área limitada de almacenamiento de información destinada a un usuario, foro o aplicación particular.

**EVR (IRL):** Abreviación común de “en la vida real”.

**Grupo de noticias moderado:** Grupo en el cual un miembro, el moderador, revisa todos los mensajes para garantizar su relevancia y aceptabilidad, antes de ser publicados. Los mensajes sólo pueden ser publicados por el moderador.

**Grupo de noticias no moderado:** Grupo en el cual los suscriptores pueden publicar mensajes directamente, a diferencia de los grupos moderados en los que se seleccionan los contenidos.

**Grupo de noticias:** Foro de textos en comunicación asincrónica. Es un tipo de tablón de anuncios.

**Hilo de discusión:** Serie de mensajes de un grupo de noticias con un mismo asunto. Cuando un usuario responde a un mensaje, el texto del asunto se mantiene, de modo que el programa de organización de las discusiones despliega la respuesta como parte de un mismo tema de debate.

**Hipertexto:** Documentos que contienen vínculos que, al ser seleccionados, automáticamente despliegan un segundo documento. Es la forma básica del WWW.

**Hipervínculo:** Forma de conectar documentos en el WWW entre sí. Un código HTML dentro de un documento, que lleva a la dirección de otro documento cuando se activa, incluyendo imágenes y otras aplicaciones con el texto. También especifica los hipervínculos que incluye la página.

**HTML ( *Hypertext Markup Language* ):** Lenguaje de marcado de hipertexto; es el lenguaje con que se escriben los documentos en el World Wide Web. También, Lenguaje de “etiquetas” en el que se asigna formato a las páginas de Web y se distribuye la información.

**Infoseek:** Buscador que indexa páginas, permitiendo hacer búsquedas por palabra clave y frases que puedan existir en cualquier parte de los textos. Los resultados se publican de acuerdo a su adecuación a los criterios de búsqueda.

**Insulto ( *Flame* ).** Mensaje hostil o agresivo, comúnmente redactado en mayúsculas.

**Internet:** Red de redes de ordenadores que comparten el protocolo TCP/IP, el cual permite que los mensajes puedan ser enviados a través de toda la Red, a direcciones específicas.

**IRC Chat o Chat ( Internet relay chat o Charla Interactiva Internet)** Protocolo mundial para conversaciones simultáneas (party line) que permite comunicarse por escrito entre sí a través de ordenador a varias personas en tiempo real. El servicio IRC está estructurado mediante una red de servidores, cada uno de los cuales acepta conexiones de programas cliente, uno por cada usuario.

**Jerarquía en grupos de noticias:** Sistema de organización de estos grupos, en Usenet, basado en jerarquías marcadas por tópicos: por ejemplo, rec.travel.air es un grupo recreacional (rec), que discute temas de viajes (travel), específicamente aéreos (air).

**Killfile :** Aplicación de los grupos de noticias que permite a un usuario suprimir de sus interacciones los mensajes publicados por alguien o sobre algún tópico particular.

**Libro de visitas:** Aplicación que suelen tener las páginas web que permite a sus visitantes dejar mensajes y comentarios para otros para el autor. Algunos se despliegan automáticamente, mientras otros se manejan “manualmente” por el autor, que adhiere uno por uno los comentarios que recibe. Los autores también pueden eliminar los comentarios ofensivos.

**Log off o log out :** Acto de terminar una sesión, en un sistema operativo protegido por una contraseña.

**Log on :** Acto de proveer nombre de usuario y contraseña para acceder a un sistema de ordenadores. Se requiere para entrar a un sistema seguro o para identificarse como usuario particular, con lo cual, muchos usuarios pueden tener información particular en un mismo ordenador, o adoptar diferentes identidades *online*.

**MB ( MegaByte ):** Medida de capacidad de almacenamiento: 1.048.576 bytes.

**Mensajes cruzados:** Mensajes enviados a más de un grupo de noticias a la vez. Puede utilizarse para captar la atención de más de un grupo simultáneamente, pero utilizado en exceso, puede verse con reticencia por parecer Spam.

**Merodeador, mirón o figsón:** Persona que lee mensajes publicados en foros o grupos de noticias, pero no responde ni participa en el grupo.

**Motor de búsqueda:** Servicio que indexa el material de Internet, permitiendo a los usuarios buscar información y aplicaciones. A veces, estos servicios incluyen directorios organizados jerárquica-mente. Los sitios se incluyen en estos motores de búsqueda por petición de sus autores, o por programas que buscan en la Red por las últimas páginas registradas y las anexan automáticamente.

**Navegador:** Programa que solicita a los servidores la información sobre páginas web, despliega sus contenidos y permite al usuario navegar por ellas. Usualmente, provee de aplicaciones visuales como gráficos, pero pueden también ser solamente de texto o audio.

**Netcop:** Término empleado para designar a alguien que se dedica a identificar abusos en Internet, a reprimirlos o demandar sanciones contra quienes ofenden.

**Netiqueta:** Serie de convenciones sobre los usos y buenos hábitos en grupos de noticias de Usenet.

**Página principal ( *Homepage* ):** Página web. Se utiliza para denotar la página personal de una persona, el punto de inicio para explorar la Red. También es la primera página que se carga cuando el usuario se conecta al servidor, que puede ser un desarrollo propio o el portal predeterminado por el proveedor de servicios.

**Página web:** Archivo de formato HTML, visible desde un navegador. En su nivel más básico, es una página de texto y puede contener hipervínculos, imágenes, sonido, video y elementos interactivos o de actualización automática.

**Paquete:** La unidad de envío de datos en una red. En Internet, la información se divide en paquetes en la instancia que la envía. Tales paquetes contienen información sobre la dirección del destino, con la cual pasan de ordenador en ordenador hasta llegar allí, donde se re-ensambla el paquete en el ordenador receptor y se logra el mensaje.

**Pasarela ( *Gateway* ):** Servicio que provee un punto inicial de acceso a Internet. Los proveedores de servicios suelen otorgar un “puente” o “pasarela” a sus usuarios, ofreciéndoles una serie de foros y actividades.

**Conector ( *Plug-in* ):** Programa adicional que se puede descargar para permitir al navegador desplegar información en un formato diferente al HTML, como sonido o vídeo.

**Protocolo:** Método estandarizado y formalmente acordado.

**Proveedor de Servicios de Internet (ISP):** Organización, habitualmente con ánimo de lucro, que además de dar acceso a Internet a personas físicas y/o jurídicas, les ofrece una serie de servicios (por ejemplo, hospedaje de páginas web, consultoría de diseño e implantación de webs e Intranets, etc.)

**Registro de visitantes:** Aplicación de contabilización de la cantidad de peticiones hechas a un servidor para mostrar una página web. Puede incluir información tal como el tiempo de petición, el nombre del dominio y las páginas desde las cuales llegaron al sitio requerido. Permite analizar los patrones y orígenes de las peticiones para analizar la información de la web.

**Servidor web:** Repositorio de páginas web que provee información en respuesta a las peticiones desde los navegadores.

**Servidor:** Programa u ordenador que provee información sobre una red, incluyendo Internet.

**Sitio web:** Una o más páginas web.

**Spammer :** Quien envía correos basura o spam.

**Tablón de Anuncios Electrónico:** Ordenador y programas que habitualmente suministran servicios de mensajería electrónica, archivos de ficheros y cualquier otro servicio y actividad que pueda interesar al operador del BBS. Hoy casi han desaparecido, sustituidos por la WWW.

**TCP/IP ( *Transaction Control Protocol/Internet Protocol* ):** El estándar convenido para ensamblar y dirigir paquetes de información, los cuales permiten a los mensajes viajar a través de la Red.

**Teleconferencia:** Término generalmente utilizado en las CMO, que permite a un grupo de personas interactuar por Internet.

**URL ( *Uniform resource locator* ):** Modo estandarizado de indicar la locación de la información en Internet, particularmente empleado por el *World Wide Web*. El URL indica la forma como ha sido almacenada la información. Por ejemplo, en la dirección <http://www.brunel.ac.uk/~xxctcmh/cmh.htm>, ‘http://’ indica que es un documento WWW, y ‘www.brunel.ac.uk’ nos da el nombre del dominio del ordenador en el que se almacena la información. ‘/~xxctcmh/cmh.htm’ identifica el directorio y el nombre del archivo donde se almacena la información dentro de ese ordenador.

**Usenet:** La jerarquía de grupos de noticias en Internet.

**Videoconferencia:** Forma sincrónica de comunicación mediada por ordenador, basada en audio y video, en la cual dos o más usuarios con cámaras pueden verse entre sí.

**Vínculo:** Ver Hipervínculo.

**Webs en anillo:** Aplicación para enlazar páginas web relacionadas y desarrolladas por distintos autores. Los miembros de un anillo web incluyen en sus páginas una invitación para que los visitantes pasen a otros sitios del mismo anillo.

**WELL ( *Whole Earth Lectronic Link* ):** Sistema de conferencias vía ordenador que ofrece una jerarquía de tablonos de noticias y dirección privada de correo electrónico.

**World Wide Web :** Foro basado en hipertextos que permite a los usuarios desarrollar sus propios sitios y hacerlos accesibles a otros a través del Internet.

**WWW:** Ver World Wide Web.

**Yahoo:** Directorio de sitios WWW organizados por categorías de contenido.

## Referencias Bibliográficas

ABBATE, J. (1998). *Inventing the Internet*. Cambridge: MA: MIT Press.

ABU-LUGHOD, L. (1997). "The interpretation of culture(s) after television". *Representations* (núm. 59, pág. 109-134).

ADAM, B. (1990). *Time and Social Theory*. Cambridge: Polity.

ALLEN, C. (1996). "What's wrong with the 'Golden Rule'? Conundrums of conducting ethical research in cyberspace". *The Information Society* (vol. 2, núm. 12, pág. 175-187).

ANDERSON, B. (1991). *Imagined Communities* (2.<sup>a</sup> ed.). Londres: Verso.

ANG, I. (1996). *Living Room Wars: Rethinking Media Audiences for a Postmodern World*. Londres: Routledge.

APPADURAI, A. (1996). *Modernity at Large: Cultural Dimensions of Globalization*. Minneapolis: University of Minnesota Press.

ARGYLE, K.; SHIELDS, R. (1996). "Is there a body in the net?" En: R. Shields (ed.). *Cultures of Internet: Virtual Spaces, Real Histories, Living Bodies* (pág. 58-69). Londres: Sage.

ARGYLE, M.; FURNHAM, A.; GRAHAM, J.A. (1981). *Social Situations*. Cambridge: Cambridge University Press.

ASHMORE, M. (1989). *The Reflexive Thesis: Wrioting Sociology of Scientific Knowledge*. Chicago: University of Chicago Press.

ATKINSON, P. (1990). *The Ethnographic Imagination: Textual Constructions of Reality*. Londres: Routledge.

AYCOCK, A.; BUCHIGNANI, N. (1995). "The e-mail murders: reflections on 'dead' letters". En:

S.G. Jones (ed.). *Cybersociety: Computer-Mediated Communication and Community* (pág. 184-231). Thousand Oaks, CA: Sage.

BARTHES, R. (1973). *Mythologies*. St Albans: Granada.

BAUDRILLARD, J. (1983). *Simulations*. Nueva York: Semiotext(e).

BAUSINGER, H. (1984). "Media, technology and everyday life". *Media Culture and Society*

(vol. 4, núm. 6, pág. 343-351).

BAYM, N.K. (1995a). "From practice to culture on Usenet". En: S.L. Star (ed.). *The Cultures of Computing* (pág. 29-52). Oxford: Blackwell.

BAYM, N.K. (1995b). "The emergence of community in computer-mediated communication". En: S.G. Jones (ed.). *Cybersociety: Computer-Mediated Communication and Community* (pág. 138-163). Thousand Oaks, CA: Sage.

BAYM, N.K. (1995c). "The performance of humour in computer-mediated communication". *Journal of Computer Mediated Communication* (vol. 2, núm. 1).  
<http://shum.huji.ac.il/jcmc/vol1/issue2/baym.html>.

BAYM, N. (1998). "The emergence of on-line community". En: S.G. Jones (ed.). *Cybersociety 2.0: Revisiting Computer-Mediated Communication and Community* (pág. 35-68). Thousand Oaks, CA: Sage.

BELL, D. (1993). "Introduction 1: the context". En: D. Bell; P. Caplan; W. Jahan Karim (eds.). *Gendered Fields: Women, Men and Ethnography* (pág. 1-18). Londres: Routledge.

BENIGER, J. (1987). "Personalization of mass media and the growth of pseudo-community". *Communication Research* (vol. 3, núm. 14, pág. 352-371).

BERGER, P.L.; LUCKMAN, T. (1971). *The Social Construction of Reality: a Treatise in the Sociology of Knowledge*. Londres: Allen Lane.

BIJKER, W.E. (1987). "The social construction of Bakelite: toward a theory of invention". En: W.E. Bijker; T.P. Hughes; T. Pinch (eds.). *The Social Construction of Technological Systems* (pág. 159-187). Cambridge, MA: MIT Press.

BIJKER, W.E. (1995). *Of Bicycles, Bakelite and Bulbs: Towards a Theory of Sociotechnical Change*. Cambridge, MA: MIT Press.

BIJKER, W.E.; HUGHES, T.P.; PINCH, T. (eds.) (1987). *The Social Construction of Technological Systems*. Cambridge, MA: MIT Press.

BIJKER, W.E.; LAW, J. (1992). *Shaping Technology/Building Society: Studies in Sociotechnical Change*. Cambridge, MA: MIT Press.

BRETTELL, C. (ed.) (1993). *When They Read What We Write: the Politics of Ethnography*. Westport, CT: Bergin and Garvey.

BROMBERG, H. (1996). "Are MUDs communities? Identity, belonging and consciousness in virtual worlds". En: R. Shields (ed.). *Cultures of Internet: Virtual Spaces, Real Histories, Living Bodies* (pág. 143-152). Londres: Sage.

- BRUCKMAN, A. (1992). "Identity workshop: emergent social and psychological phenomena in text-based virtual reality". <http://www.cc.gatech.edu/~asb/papers/index.html>.
- BURKHALTER, B. (1999). "Reading race online: discovering racial identity in Usenet discussions". En: M.A. Smith; P. Kollock (eds.). *Communities in Cyberspace* (pág. 60-75). Londres: Routledge.
- BURNETT, R. (1996). "A torn page, ghosts on the computer screen, words, images, labyrinths: exploring the frontiers of cyberspace". En: G.E. Marcus (ed.). *Connected: Engagements with Media* (pág. 67-98). Chicago: University of Chicago Press.
- BUTTON, G. (1993). "The curious case of the vanishing technology". En: G. Button (ed.). *Technology in Working Order: Studies of Work, Interaction and Technology* (pág. 10-28). Londres: Routledge.
- CAIRNCROSS, F. (1997). *The Death of Distance: How the Communications Revolution Will Change Our Lives*. Londres: Orion.
- CASTELLS, M. (1996a). *The Rise of the Network Society*. Cambridge, MA: Blackwell.
- CASTELLS, M. (1996b). "The net and the self: working notes for a critical theory of the informational society". *Critique of Anthropology* (vol. 1, núm. 16, pág. 9-38).
- CASTELLS, M. (1997). *The Power of Identity*. Cambridge, MA: Blackwell.
- CHESTERTON, G.K. (1904). *The Napoleon of Notting Hill*. Londres: Bodley Head.
- CLARK, L.S. (1998). "Dating on the net: teens and the rise of 'pure' relationships". En: S.G. Jones (ed.). *Cybersociety 2.0: Revisiting Computer-Mediated Communication and Community* (pág. 159-183). Thousand Oaks, CA: Sage.
- CLIFFORD, J. (1992). "Travelling cultures". En: L. Grossberg; C. Nelson; P.A. Treichler (eds.). *Cultural Studies* (pág. 96-116). Londres: Routledge.
- CLIFFORD, J.; MARCUS, G.E. (1986). *Writing Culture: the Poetics and Politics of Ethnography*. Berkeley, CA: University of California.
- COHEN, A.P. (1985). *The Symbolic Construction of Community*. Milton Keynes: Open University.
- COOPER, G. (1998). "Simulating difference: ethnography and the social relations of intellectual production". *British Journal of Sociology* (vol. 1, núm. 49, pág. 20-35).
- COOPER, G.; HINE, C.; RACHEL, J.; WOOLGAR, S. (1995). "Ethnography and human-computer interaction". En: P. Thomas (ed.). *Social and Interactional Dimensions of Human-*

*computer Interfaces* (pág. 11-36). Cambridge: Cambridge University Press.

CORRELL, S. (1995). "The ethnography of an electronic bar: the Lesbian Café". *Journal of Contemporary Ethnography* (vol. 3, núm. 24, pág. 270-298).

CRANE, G. (1991). "Composing culture: the authority of an electronic text". *Current Anthropology* (vol. 3, núm. 32, pág. 293-302).

CURTIS, P. (1992). "Mudding: social phenomena in text-based virtual realities". <http://www.cpsr.org/cpsr/sociology/mud-moo/DIAC92.txt>. (Disponible también en muchas otras direcciones WWW.)

DANET, B. (1998). "Text as mask: gender, play and performance on the Internet". En: S.G. Jones (ed.). *Cybersociety 2.0: Revisiting Computer-Mediated Communication and Community* (pág. 129-158). Thousand Oaks, CA: Sage.

DANET, B.; RUEDENBERG-WRIGHT, L.; ROSENBAUM-TAMARI, Y. (1997). "'Hmmm ... where's that smoke coming from?' Writing, play and performance on Internet Relay Chat". *Journal of Computer-Mediated Communication* (vol. 4, núm. 2). <http://www.ascusc.org/jcmc/vol2/issue4/danet.html>.

DENZIN, N.K. (1997). *Interpretive Ethnography: Ethnographic Practices for the 21st Century*. Thousand Oaks, CA: Sage.

DICKS, B.; MASON, B. (1998). "Hypermedia and ethnography: reflections on the construction of a research approach". *Sociological Research Online* (vol. 3, núm. 3). <http://www.socresonline.org.uk/socresonline/3/3/3.html>.

DIETRICH, D. (1997). "(Re) fashioning the techno-erotic woman: gender and textuality in the cybercultural matrix". En: S.G. Jones (ed.). *Virtual Culture: Identity and Communication in Cybersociety* (pág. 169-184). Londres: Sage.

DONATH, J.S. (1999). "Identity and deception in the virtual community". En: M.A. Smith; P. Kollock (eds.). *Communities in Cyberspace* (pág. 29-59). Londres: Routledge.

DUBINSKAS, F.A. (ed.) (1988). *Making Time: Ethnographies of High-Technology Organizations*. Philadelphia: Temple University Press.

ERICKSON, T.H. (1997). "The nation as a human being – a metaphor in a mid-life crisis? Notes on the imminent collapse of a Norwegian national identity". En: K.F. Olwig; K. Hastrup (eds.). *Siting Culture: the Shifting Anthropological Object* (pág. 103-122). Londres: Routledge.

ESCOBAR, A. (1996). "Welcome to Cyberia: notes on the anthropology of cyberculture". En: Z. Sardar; J.R. Ravetz (eds.). *Cyberfutures: Culture and Politics on the Information*

*Superhighway* (pág. 111-137). Londres: Pluto.

ESPINOSA, P. (1982). "The audience in the text: ethnographic observations of a Hollywood story conference". *Media, Culture and Society* (vol. 1, núm. 4, pág. 77-86).

ETTEMA, J.S.; WHITNEY, D.C. (1994). "The money arrow: an introduction to audiencemaking". En: J.S. Ettema; D.C. Whitney (eds.). *Audiencemaking: How the Media Create the Audience* (pág. 1-18). Thousand Oaks, CA: Sage.

EVANS-PRITCHARD, E.E. (1937). *Witchcraft, Oracles and Magic among the Azande*. Oxford: Clarendon.

FABIAN, J. (1983). *Time and the Other: How Anthropology Makes its Object*. Nueva York: Columbia.

FAIRCLOUGH, N. (1995). *Media Discourse*. Londres: Edward Arnold.

FEATHERSTONE, M. (1995). *Undoing Culture: Globalization, Postmodernism and Identity*. Londres: Sage.

FERGUSON, J. (1997). "Paradoxes of sovereignty and independence: 'real' and 'pseudo' nationstates and the depoliticization of poverty". En: K.F. Olwig; K. Hastrup (eds.). *Siting Culture: the Shifting Anthropological Object* (pág. 123-141). Londres: Routledge.

FERNBACK, J. (1997). "The individual within the collective: virtual ideology and the realization of collective principles". En: S.G. Jones (ed.). *Virtual Culture: Identity and Communication in Cybersociety* (pág. 36-54). Londres: Sage.

FRANCO, V.; PIIRTO, R.; HU, H.-Y.; LEWENSTEIN, B.V.; UNDERWOOD, R.; VIDAL, N.K. (1995). "Anatomy of a flame: conflict and community building on the Internet". *IEEE Technology and Society Magazine* (verano, 1995, pág. 12-21).

FRANKLIN, S. (1995). "Science as culture, cultures of science". *Annual Review of Anthropology* (núm. 24, pág. 163-184).

FREEMAN, D. (1996). *Margaret Mead and the Heretic*. Ringwood, Victoria, Australia: Penguin.

FRIEDMAN, J. (1997). "Simplifying complexity: assimilating the global in a small paradise". En: K.F. Olwig; K. Hastrup (eds.). *Siting Culture: the Shifting Anthropological Object* (pág. 268-291). Londres: Routledge.

FRISSEN, V. (1997). "ICTs in the rush hour of life". (Documento presentado en el taller sobre Social Shaping of Multimedia 'conformación social de los medios', Edimburgo, 27-28 junio 1997).

- FULK, J. (1993). "Social construction of communication technology". *Academy of Management Journal* (vol. 5, núm. 36, pág. 921-950).
- FULK, J.; SCHMITZ, J.A.; SCHWARTZ, D. (1992). "The dynamics of context-behaviour interactions in computer-mediated communication". En: M. Lea (ed.). *Contexts of Computer-Mediated Communication* (pág. 7-29). Nueva York: Harvester Wheatsheaf.
- GARFINKEL, H. (1967). *Studies in Ethnomethodology*. Nueva Jersey: Prentice-Hall.
- GATES, B. (1996). *The Road Ahead*. Revised and updated. Londres: Penguin.
- GEERTZ, C. (1993). *The Interpretation of Cultures*. Londres: Fontana, 1973.
- GIDDENS, A. (1990). *The Consequences of Modernity*. Cambridge: Polity.
- GIDDENS, A. (1991). *Modernity and Self-Identity: Self and Society in the Late Modern Age*. Cambridge: Polity.
- GILBERT, G.N.; MULKAY, M. (1984). *Opening Pandora's Box: a Sociological Analysis of Scientists' Discourse*. Cambridge: Cambridge University Press.
- GILL, R. (1993). "Ideology, gender and popular radio: a discourse analytic approach". *Innovation* (vol. 3, núm. 6, pág. 323-339).
- GILLESPIE, A.; ROBINS, K. (1989). "Geographical inequalities: the spatial bias of the new communications technologies". *Journal of Communication* (vol. 3, núm. 39, pág. 7-18).
- GLASER, B.G.; STRAUSS, A.L. (1964). "Awareness contexts and social interaction". *American Sociological Review* (núm. 29, pág. 669-679).
- GOFFMAN, E. (1971). *The Presentation of Self in Everyday Life*. Harmondsworth: Penguin, 1956.
- GOFFMAN, E. (1981). *Forms of Talk*. Oxford: Blackwell.
- GOODWIN, A.; WOLFF, J. (1997). "Conserving cultural studies". En: E. Long (ed.). *From Sociology to Cultural Studies: New Perspectives* (pág. 123-149). Malden, MA and Oxford: Blackwell.
- GRINT, K.; WOOLGAR, S. (1992). "Computers, guns and roses: what's social about being shot". *Science, Technology and Human Values* (vol. 3, núm. 17, pág. 366-380).
- GRINT, K.; WOOLGAR, S. (1997). *The Machine at Work: Technology, Work and Organization*. Cambridge: Polity.

- GUBRIUM, J.; HOLSTEIN, J. (1987). "The private image: experiential location and method in family studies". *Journal of Marriage and the Family* (núm. 49, pág. 773-786).
- GUPTA, A.; FERGUSON, J. (1992). "Beyond 'culture': space, identity and the politics of difference". *Cultural Anthropology* (vol. 1, núm. 7, pág. 6-23).
- HAFNER, K.; LYON, M. (1998). *Where Wizards Stay up Late: the Origins of the Internet*. Nueva York: Touchstone.
- HAMMERSLEY, M. (1990). "What's wrong with ethnography? The myth of theoretical description". *Sociology* (vol. 4, núm. 24, pág. 597-615).
- HAMMERSLEY, M.; ATKINSON, P. (1995). *Ethnography: Principles in Practice* (2.<sup>a</sup> ed.). Londres: Routledge.
- HARRINGTON, C. LEE;BIELBY, D.D. (1995). "Where did you hear that? Technology and the social organization of gossip". *Sociological Quarterly* (vol. 3, núm. 36, pág. 607-628).
- HARTLEY, J. (1987). "Invisible fictions: television audiences, paedocracy, pleasure". *Textual Practice* (vol. 2, núm. 1, pág. 121-138).
- HARVEY, D. (1989). *The Condition of Postmodernity: an Enquiry into the Origins of Cultural Change*. Oxford: Blackwell.
- HASAGER, U. (1997). "Localizing the American dream: constructing Hawaiian homelands". En: K.F. Olwig; K. Hastrup (eds.). *Siting Culture: the Shifting Anthropological Object* (pág. 165-192). Londres: Routledge.
- HASTRUP, K.; OLWIG, K.F. (1997). "Introduction". En: K.F. Olwig; K. Hastrup (eds.). *Siting Culture: the Shifting Anthropological Object* (pág. 1-14). Londres: Routledge.
- HEATH, D. (1998). "Locating genetic knowledge: picturing Marfan Syndrome and its travelling constituencies". *Science, Technology and Human Values* (vol. 1, núm. 23, pág. 71-97).
- HERRING, S. (1996). "Linguistic and critical analysis of computer-mediated communication: some ethical and scholarly considerations". *The Information Society* (vol. 2, núm. 12, pág. 153-168).
- HERZ, J.C. (1995). *Surfing on the Internet: a Net-Head's Adventures On-Line*. Londres: Abacus.
- HILTZ, S.R.; TUROFF, M. (1993). *The Network Nation: Human Communication via Computer* (1978). Revised edition. Cambridge, MA: MIT Press.

- HINE, C. (1995). "Representations of information technology in disciplinary development: disappearing plants and invisible networks". *Science, Technology and Human Values* (vol. 1, núm. 20, pág. 65-87).
- HIRSCH, E. (1998). "Bound and unbound entities: reflections on the ethnographic perspectives of anthropology *vis-à-vis* media and cultural studies". En: F. Hughes- Freeland (ed.). *Ritual, Performance, Media* (pág. 208-228). Londres: Routledge.
- HOFFMAN, J. (1998). "Topological orderings in cyberspace". Documento presentado en la EASST'98 General Conference on Cultures of Science and Technology: Europe and the Global Context, Lisboa, del 1 al 3 de octubre de 1998.
- HORTON, M.; SPAFFORD, G.; MORAES, M. (1999). "An Official Usenet Primer". <ftp://ftp.fafs.org/ faqs/usenet/posting-rules/part1>.
- HOWARD, A. (1988). "Hypermedia and the future of ethnography". *Cultural Anthropology* (vol. 3, núm. 3, pág. 304-315).
- JACKSON, A. (ed.) (1987). *Anthropology at Home*. Londres: Tavistock.
- JACKSON, M.H. (1997). "Assessing the structure of communication on the World Wide Web". *Journal of Computer Mediated Communication* (vol. 1, núm. 3). <http://www.ascusc.org/jcmc/vo13/ issue1/jackson.html>.
- JOHNS, A. (1998). *The Nature of the Book: Print and Knowledge in the Making*. Chicago: University of Chicago Press.
- JONES, R.A. (1994). "The ethics of research in cyberspace". *Internet Research* (vol. 3, núm. 4, pág. 30-35).
- JONES, S.G. (1995). "Understanding community in the Information Age". En: S.G. Jones (ed.). *Cybersociety: Computer-Mediated Communication and Community* (pág. 10-35). Thousand Oaks, CA: Sage.
- JONES, S.G. (1997a) "The Internet and its social landscape". En: S.G. Jones (ed.). *Virtual Culture: Identity and Communication in Cybersociety* (pág. 7-35). Londres: Sage.
- JONES, S.G. (1997b). "Using the news: an examination of the value and use of news sources in CMC". *Journal of Computer-Mediated Communication* (vol. 4, núm. 2). <http://www.ascusc.org/jcmc/ vo12/issue4/jones.html>.
- JONES, S.G. (1998). "Information, Internet and community: notes towards an understanding of community in the Information Age". En: S.G. Jones (ed.). *Cybersociety 2.0: Revisiting Computer-Mediated Communication and Community* (pág. 1-34). Thousand Oaks, CA: Sage.

- KEM, S. (1983). *The Culture of Time and Space (1880-1918)*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- KIESLER, S.L.; SIEGEL, J.; MCGUIRE, T.W. (1984). "Social psychological aspects of computermediated communication". *American Psychologist* (vol. 10, núm. 39, pág. 1123-1134).
- KING, S.A. (1996). "Researching Internet communities: proposed ethical guidelines for the reporting of results". *The Information Society* (vol. 2, núm. 12, pág. 119-127).
- KIRSHENBLATT-GIMBLETT, B. (1996). "The electronic vernacular". En: G.E. Marcus (ed.). *Connected: Engagements with Media* (pág. 21-65). Chicago: University of Chicago Press.
- KITCHIN, R. (1998). *Cyberspace: the World in the Wires*. Chichester: Wiley.
- KNORR-CETINA, K.D. (1981). *The Manufacture of Knowledge: an Essay on the Constructivist and Contextual Nature of Science*. Oxford: Pergamon.
- KNORR-CETINA, K.D. (1983). "The ethnographic study of scientific work: towards a constructivist interpretation of science". En: K.D. Knorr-Cetina; M. Mulkay (eds.). *Science Observed: Perspectives on the Social Studies of Science* (pág. 115-140). Londres: Sage.
- KNORR-CETINA, K.D. (1992). "The couch, the cathedral and the laboratory: on the relationship between experiment and laboratory in science". En: A. Pickering (ed.). *Science as Practice and Culture* (pág. 113-138). Chicago: University of Chicago Press.
- KNORR-CETINA, K.D.; MULKAY, M. (1983). "Introduction: emerging principles in social studies of science". En: K.D. Knorr-Cetina; M. Mulkay (eds.). *Science Observed: Perspectives on the Social Studies of Science* (pág. 1-18). Londres: Sage.
- KOLKO, B.; REID, E. (1998). "Dissolution and fragmentation: problems in on-line communities". En: S.G. Jones (ed.). *Cybersociety 2.0: Revisiting Computer-Mediated Communication and Community* (pág. 212-229). Thousand Oaks, CA: Sage.
- KOLLOCK, P. (1999). "The economies of online cooperation: gifts and public goods in cyberspace". En: M.A. Smith; P. Kollock (eds.). *Communities in Cyberspace* (pág. 220-239). Londres: Routledge.
- KOLLOCK, P.; SMITH, M.A. (1994). "Managing the virtual commons: cooperation and conflict in computer communities". <http://www.sscnet.ucla.edu/soc/csoc/papers/virtcomm/Virtcomm.htm>.
- KOLLOCK, P.; SMITH, M.A. (1999). "Communities in cyberspace". En: M.A. Smith; P. Kollock (eds.). *Communities in Cyberspace* (pág. 3-25). Londres: Routledge. KUPER, A.

- (1983). *Anthropology and Anthropologists: the Modern British School*. Londres: Routledge y Kegan Paul.
- LAKOFF, G.; JOHNSON, M. (1980). *Metaphors We Live By*. Chicago: University of Chicago Press.
- LASH, S.; URRY, J. (1994). *Economies of Signs and Space*. Londres: Sage.
- LATOURE, B.; WOOLGAR, S. (1986). *Laboratory Life: the Construction of Scientific Facts* (2.<sup>a</sup> ed.). Princeton, NJ: Princeton University Press.
- LEA, M.; SPEARS, S. (1991). "Computer-mediated communication, de-individuation and group decision-making". *International Journal of Man-Machine Studies* (núm. 34, pág. 283-301).
- LEMBO, R. (1997). "Situating television in everyday life: reformulating a cultural studies approach to the study of television use". En: E. Long (ed.). *From Sociology to Cultural Studies: New Perspectives* (pág. 203-233). Malden, MA: Blackwell.
- LEMOS, A. (1996). "The labyrinth of Minitel". En: R. Shields (ed.). *Cultures of Internet: Virtual Spaces, Real Histories, Living Bodies* (pág. 33-48). Londres: Sage.
- LINDLOF, T.R.; SHATZER, M.J. (1998). "Media ethnography in virtual space". *Journal of Broadcasting and Electronic Media* (vol. 2, núm. 42, pág. 170-189).
- LIVINGSTONE, S. (1998). *Making Sense of Television: the Psychology of Audience Interpretation*. (2a ed.) Londres: Routledge.
- LOTFALIAN, M. (1996). "A tale of an electronic community". En: G.E. Marcus (ed.). *Connected: Engagements with Media*. Chicago: University of Chicago Press.
- LOW, J.; WOOLGAR, S. (1993). "Managing the social-technical divide: some aspects of the discursive structure of information systems development". En: P. Quintas (ed.). *Social Dimensions of Systems Engineering: People, Processes, Policies and Software Development* (pág. 34-59). Nueva York: Ellis Horwood.
- LYOTARD, J.F. (1984). *The Postmodern Condition: a Report on Knowledge*. Manchester: Manchester University Press.
- MCBETH, S. (1993). "Myths of objectivity and the collaborative process in life history research". En: C. Brettell (ed.). *When They Read What We Write: the Politics of Ethnography* (pág. 145-162). Westport, CT: Bergin and Garvey.
- MacKenzie, D.; Wajcman, J. (1985). *The Social Shaping of Technology: How the Refrigerator Got its Hum*. Milton Keynes: Open University Press.

- MACKINNON, R.C. (1995). "Searching for the Leviathan in Usenet". En: S.G. Jones (ed.). *Cybersociety: Computer-Mediated Communication and Community* (pág. 112-137). Thousand Oaks, CA: Sage.
- MACKINNON, R.C. (1997). "Punishing the persona: correctional strategies for the virtual offender". En: S.G. Jones (ed.). *Virtual Culture: Identity and Communication in Cybersociety* (pág. 206-235). Londres: Sage.
- MCLAUGHLIN, M.L.; OSBORNE, K.K.; SMITH, C.B. (1995). "Standards of conduct on Usenet". En: S.G. Jones (ed.). *Cybersociety: Computer-Mediated Communication and Community* (pág. 90-111). Thousand Oaks, CA: Sage.
- MANTOVANI, G. (1994). "Is computer-mediated communication intrinsically apt to enhance democracy in organizations?" *Human Relations* (vol. 1, núm. 47, pág. 45-62).
- MARCUS, G.E. (1995). "Ethnography in/of the world system: the emergence of multi-sited ethnography". *Annual Review of Anthropology* (núm. 24, pág. 95-117).
- MARCUS, G.E. (1996). *Connected: Engagements with Media*. Chicago: University of Chicago Press.
- MARCUS, G.E. (1997). "Critical cultural studies as one power/knowledge like, among and in engagement with others". En: E. Long (ed.). *From Sociology to Cultural Studies: New Perspectives* (pág. 399-425). Malden, MA: Blackwell.
- MARCUS, G.E. (1998). *Ethnography through Thick and Thin*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- MARCUS, G.E.; CUSHMAN, D. (1982). "Ethnographies as texts". *Annual Review of Anthropology* (núm. 11, pág. 25-69).
- MARKHAM, A. (1998). *Life Online: Researching Real Experience in Virtual Space*. Walnut Creek, CA: Altamira.
- MARTIN, E. (1994). *Flexible Bodies: the Role of Immunity in American Culture from the Days of Polio to the Age of AIDS*. Boston: Beacon.
- MEAD, M. (1943). *Coming of Age in Samoa: a Study of Adolescence and Sex in Primitive Societies*. Hammondsport: Penguin.
- MEYROWITZ, J. (1985). *No Sense of Place: the Impact of Electronic Media on Social Behavior*. Nueva York: Oxford University Press.
- MILLER, H. (1995). "The presentation of self in everyday life: Goffman on the Internet". Documento presentado en conferencia Embodied Knowledge and Virtual Space, Goldsmiths'

College, Universidad de Londres, junio de 1995.  
<http://www.ntu.ac.uk/soc/psych/miller/goffman.htm>.

MILLER, L. (1995). "Women and children first: gender and the settling of the electronic frontier". En: J. Brook; I.A. Boal (eds.). *Resisting the Virtual Life: the Culture and Politics of Information* (pág. 49-57). San Francisco: City Lights.

MITCHELL, W.J. (1996). *City of Bits: Space, Place and the Infobahn*. Cambridge, MA: MIT Press.

MITRA, A. (1997). "Virtual commonality: looking for India on the Internet". En: S.G. Jones (ed.). *Virtual Culture: Identity and Communication in Cybersociety* (pág. 55-79). Londres: Sage.

MOERMAN, M. (1974). "Accomplishing ethnicity". En: R. Turner (ed.). *Ethnomethodology: Selected Readings* (pág. 54-68). Harmondsworth: Penguin.

MOORES, S. (1993). *Interpreting Audiences: the Ethnography of Media Consumption*. Londres: Sage.

MORLEY, D. (1980). *The 'Nationwide' Audience*. Londres: British Film Institute.

MORLEY, D. (1992). *Television, Audiences and Cultural Studies*. Londres: Routledge.

MORSE, M. (1997). "Virtually female: body and code". En: J. Terry; M. Calvert (eds.). *Processed Lives: Gender and Technology in Everyday Life* (pág. 23-35). Londres: Routledge.

MULKAY, M. (1985). *The Word and the World: Explorations in the Form of Sociological Analysis*. Londres: Allen and Unwin.

MULKAY, M.; POTTER, J.; YEARLEY, S. (1983). "Why an analysis of scientific discourse is needed". En: K.D. Knorr-Cetina; M. Mulkay (eds.). *Science Observed: Perspectives on the Social Studies of Science* (pág. 171-204). Londres: Sage.

MURRAY, D.E. (1995). *Knowledge Machines: Language and Information in a Technological Society*. Londres: Longman.

NEGROPONTE, N. (1995). *Being Digital*. Londres: Hodder and Stoughton.

NEWHAGEN, J.E.; CORDES, J.W.; LEVY, M.R. (1995). "Nightly@nbc.com: audience scope and the perception of interactivity in viewer mail on the Internet". *Journal of Communication* (vol. 3, núm. 45, pág. 164-175).

NGUYEN, D.T.; ALEXANDER, J. (1996). "The coming of cyberspacetime and the end of the polity". En: R. Shields (ed.). *Cultures of Internet: Virtual Spaces, Real Histories, Living*

*Bodies* (pág. 99-124). Londres: Sage.

NOP (1999). "NOP Internet Research". [http://www.nopres.co.uk/internet\\_research/images/InternetResearch.pdf](http://www.nopres.co.uk/internet_research/images/InternetResearch.pdf).

O'BRIEN, J. (1999). "Writing in the body: gender (re)production in online interaction". En: M.A. Smith; P. Kollock (eds.). *Communities in Cyberspace* (pág. 76-104). Londres: Routledge.

OLWIG, K.F.; HASTRUP, K. (eds.) (1997). *Siting Culture: the Shifting Anthropological Object*. Londres: Routledge.

PACCAGNELLA, L. (1997). "Getting the seats of your pants dirty: strategies for ethnographic research on virtual communities". *Journal of Computer Mediated Communication* (vol. 1, núm. 3). <http://www.ascusc.org/jcmc/vo13/issue1/paccagnella.html>.

PARKS, M.R.; FLOYD, K. (1996). "Making friends in cyberspace". *Journal of Communication* (vol. 1, núm. 46, pág. 80-97).

PEKUMY, R. (1982). "Coping with television production". En: J. Ettema; S. Whitney (eds.). *Individuals in Mass Media Organizations: Creativity and Constraint* (pág. 131-144). Beverly Hills, CA: Sage.

PHILLIPS, D.J. (1996). "Defending the boundaries: identifying and countering threats in a Usenet newsgroup". *The Information Society* (vol. 1, núm.12, pág. 39-62).

PINCH, T.; BIJKER, W.E. (1987). "The social construction of facts and artifacts: or how the sociology of science and the sociology of technology might benefit each other". En: W.E. Bijker; T.P. Hughes; T. Pinch (eds.). *The Social Construction of Technological Systems* (pág. 17-50). Cambridge, MA: MIT Press.

POLLNER, M. (1987). *Mundane Reason: Reality in Everyday and Sociological Discourse*. Cambridge: Cambridge University Press.

POSTER, M. (1990). *The Mode of Information*. Cambridge: Polity.

POSTER, M. (1995). *The Second Media Age*. Cambridge: Polity.

POSTER, M. (1998). "Virtual ethnicity: tribal identity in an age of global communication". En: S.G. Jones (ed.). *Cybersociety 2.0: Revisiting Computer-Mediated Communication and Community* (pág. 184-211). Thousand Oaks, CA: Sage.

POTTER, J. (1996). *Representing Reality: Discourse, Rhetoric and Social Construction*. Londres: Sage.

- POTTER, J.; WETHERELL, M. (1987). *Discourse and Social Psychology: Beyond Attitudes and Behaviour*. Londres: Sage.
- PRATT, M.L. (1986). "Fieldwork in common places". En: J. Clifford; G.E. Marcus (eds.). *Writing Culture: the Poetics and Politics of Ethnography* (pág. 27-50). Berkeley, CA: University of California Press.
- PREIS, A.-B.S. (1997). "Seeking place: capsized identities and contracted belonging among Sri Lankan Tamil refugees". En: K.F. Olwig; K. Hastrup (eds.). *Siting Culture: the Shifting Anthropological Object* (pág. 86-100). Londres: Routledge.
- RABINOW, P. (1977). *Reflections on Fieldwork in Morocco*. Berkeley, CA: University of California Press.
- RACHEL, J. (1996). "Ethnography: practical implementation". En: J.T.E. Richardson (ed.). *Handbook of Qualitative Research Methods for Psychology and the Social Sciences* (pág. 113-124). Leicester: BPS Books.
- RACHEL, J.; WOOLGAR, S. (1995). "The discursive structure of the social-technical divide; the example of information systems development". *Sociological Review* (vol. 2, núm. 43, pág. 251-273).
- RADWAY, J. (1988). "Reception study: ethnography and the problems of dispersed audiences and nomadic subjects". *Cultural Studies* (vol. 3, núm. 2, pág. 359-376).
- RAFAELI, S.; SUDWEEKS, F.; KONSTAN, J.; MABRY, E. (1994). "ProjectH Technical Report". Disponible en: <http://www.arch.usyd.edu.au/~fay/netplay/techreport.html>, o en forma ftp, en: <ftp.arch.su.edu.au/pub/projectH/papers/techreport.txt>. REID, E. (1995). "Virtual worlds: culture and imagination". En: S.G. Jones (ed.). *Virtual Culture: Identity and Communication in Cybersociety* (pág. 164-183). Londres: Sage.
- REID, E. (1996). "Informed consent in the study of on-line communities: a reflection of the effects of computer-mediated social research". *The Information Society* (vol. 2, núm. 12, pág. 169-174).
- REID, E. (1999). "Hierarchy and power: social control in cyberspace". En: M.A. Smith; P. Kollock (eds.). *Communities in Cyberspace* (pág. 107-133). Londres: Routledge.
- RHEINGOLD, H. (1993). *The Virtual Community: Homesteading on the Electronic Frontier*. Reading, MA: Addison-Wesley.
- RICE, R.E.; LOVE, G. (1987). "Electronic emotion: socioemotional content in a computer-mediated communication network". *Communication Research* (vol. 1, núm. 14, pág. 85-108).
- RICH, B.R. (1998). "The party line: gender and technology in the home". En: J. Terryand; M.

- Calvert (eds.). *Processed Lives: Gender and Technology in Everyday Life* (pág. 221-231). Londres: Routledge.
- ROBINS, K. (1995). "Cyberspace and the world we live in". En: M. Featherstone; R. Burrows (eds.). *Cyberspace, Cyberbodies, Cyberpunk: Cultures of Technological Embodiment* (pág. 135-155). Londres: Sage.
- ROSALDO, R. (1989). *Culture and Truth: the Remaking of Social Analysis*. Boston: Beacon.
- RUDY, I.A. (1994). "A bibliography of organizational computer-mediated communication". <http://shum.cc.huji.ac.il/jcmc/rudybib.html>.
- RUDY, I.A. (1996). "A critical review of research on electronic mail". *European Journal of Information Systems* (núm. 4, pág. 198-213).
- SAVICKI, V.; LINGENFELTER, D.; KELLEY, M. (1996). "Gender language style and group composition in Internet discussion groups". *Journal of Computer Mediated Communication* (vol. 3, núm. 2). [http:// www.ascusc.org/jcmc/vo12/issue3/savicki.html](http://www.ascusc.org/jcmc/vo12/issue3/savicki.html).
- SCANNELL, P. (1996). *Radio, Television and Modern Life*. Oxford: Blackwell.
- SCANNELL, P.; CARDIFF, D. (1991). *A Social History of British Broadcasting: Serving the Nation, 1923-1939*. Oxford: Blackwell.
- SCHEGLOFF, E.A.; JEFFERSON, G.; SACKS, H. (1977). "The preference for self-correction in the organization of repair in conversation". *Language* (núm. 53, pág. 361-382).
- SCHLESINGER, P. (1978). *Putting Reality Together*. Londres: Constable.
- SCHMITZ, J.A. (1997). "Structural relations, electronic media and social change: the Public Electronic Network and the homeless. En: S.G. Jones (ed.). *Virtual Culture: Identity and Communication in Cybersociety* (pág. 80-101). Londres: Sage.
- SCHMITZ, J.A.; FULK, J. (1991). "Organizational colleagues, information richness and electronic mail: a test of the social influence model of technology use". *Communication Research* (núm. 18, pág. 487-523).
- SCHUTZ, A. (1972). *The Phenomenology of the Social World*. Translated by G. Walsh and F. Lehnert. Londres: Heinemann.
- SCHWARTZ COWAN, R. (1987). "How the refrigerator got its hum". En: W.E. Bijker; T.P. Hughes;
- T. Pinch (eds.). *The Social Construction of Technological Systems* (pág. 202-218). Cambridge, MA: MIT Press.

SHAW, D.F. (1997). "Gay men and computer-communication: a discourse of sex and identity in cyberspace". En: S.G. Jones (ed.). *Virtual Culture: Identity and Communication in Cybersociety* (pág. 133-145). Londres: Sage.

SHIELDS, R. (1996). "Introduction: virtual spaces, real histories, living bodies". En: R. Shields (ed.). *Cultures of Internet: Virtual Spaces, Real Histories, Living Bodies* (pág. 1-10). Londres: Sage.

SILVERMAN, D. (1993). *Interpreting Text and Data: Methods for Analysing Talk, Text and Interaction*. Londres: Sage.

SILVERSTONE, R. (1992). *Television and Everyday Life*. Londres: Routledge.

SILVERSTONE, R.; HIRSCH, E. (eds.) (1994). *Consuming Technologies: Media and Information in Domestic Spaces*. Londres: Routledge.

SLACK, R.S. (1998). "On the potentialities and problems of a WWW based naturalistic sociology". *Sociological Research Online* (vol. 2, núm. 3). <http://www.socresonline.org.uk/socresonline/3/2/3.html>.

SMITH, A.D. (1999). "Problems of conflict management in virtual communities". En: M.A. Smith; P. Kollock (eds.). *Communities in Cyberspace* (pág. 134-163). Londres: Routledge.

SMITH, M.A. (1999). "Invisible crowds in cyberspace: mapping the social structure of Usenet". En: M.A. Smith; P. Kollock (eds.). *Communities in Cyberspace* (pág. 195-219). Londres: Routledge.

SPEARS, R.; LEA, M.; LEE, S. (1990). "De-individuation and group polarization in computer-mediated communication". *British Journal of Social Psychology* (núm. 29, pág. 121-134).

SPROULL, L.; KIESLER, S. (1986). "Reducing social context cues: electronic mail in organizational communication". *Management Science* (vol. 11, núm. 32, pág. 1492-1512).

SPROULL, L.; KIESLER, S. (1991). *Connections: New Ways of Working in the Net-worked Organization*. Cambridge, MA: MIT Press.

STANLEY, L. (1990). "Doing ethnography, writing ethnography: a comment on Hammersley". *Sociology* (vol. 4, núm. 24, pág. 617-627).

STAR, S.L.; KANFER, A. (1993). "Virtual Gemeinschaft or electronic Gesellschaft? Analyzing an electronic community system for scientists". Documento presentado en el Annual Meeting of the Society for Social Studies of Science, Universidad Purdue, Indiana, noviembre de 1993.

- STEFIK, M. (1997). *Internet Dreams: Archetypes, Myths and Metaphors*. Cambridge, MA: MIT Press.
- STONE, A.R. (1991). "Will the real body please stand up? Boundary stories about virtual cultures". En: M. Benedikt (ed.). *Cyberspace: First Steps*. Cambridge, MA: MIT Press.
- STONE, A.R. (1995). "Sex and death among the disembodied: VR, cyberspace, and the nature of academic discourse". En: S.L. Star (ed.). *The Cultures of Computing* (pág. 243-255). Oxford: Blackwell.
- STONE, A.R. (1996). *The War of Desire and Technology at the Close of the Mechanical Age*. Cambridge, MA: MIT Press.
- STRATHERN, M. (1992). *After Nature: English Kinship in the Late Twentieth Century*. Cambridge: Cambridge University Press.
- STRATHERN, M. (1996). "Cutting the Network". *Journal of the Royal Anthropological Institute* (núm. 2, pág. 517-535).
- STUBBS, P. (1998). "Conflict and co-operation in the virtual community: email and the wars of the Yugoslav succession". *Sociological Research Online* (vol. 3, núm. 3). <http://www.socresonline.org.uk/socresonline/3/3/7.html>.
- SUDWEEKS, F.; RAFAELI, S. (1996). "How do you get a hundred strangers to agree? Computer mediated communication and collaboration". En: T.M. Harris; T.D. Stephenson (eds.). *Computer Networking and Scholarship in the 21st Century University* (pág. 115-136). Nueva York: SUNY Press.
- SWALES, J.M. (1998). *Other Floors, Other Voices: a Textography of a Small University Building*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum.
- THOMPSON, J.B. (1995). *The Media and Modernity: a Social Theory of the Media*. Cambridge: Polity.
- THOMSEN, S.R.; STRAUBHAAR, J.D.; BOLYARD, D.M. (1998). "Ethnomethodology and the study of online communities: exploring the cyberstreets". *Information Research* (vol. 1, núm. 4). <http://www.shef.ac.uk/4s/publications/infres/paper50.html>.
- THORNTON, R.J. (1988). "The rhetoric of ethnographic holism". *Cultural Anthropology* (vol. 3, núm. 3, pág. 285-303).
- THRIFT, N. (1996<sup>a</sup>). *Spatial Formations*. Londres: Sage.
- THRIFT, N. (1996<sup>b</sup>). "New urban eras and old technological fears: reconfiguring the goodwill of electronic things". *Urban Studies* (núm. 33, pág. 1463-1493).

- TRAWEEK, S. (1988<sup>a</sup>). *Beamtimes and Lifetimes: the World of High-Energy Physicists*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- TRAWEEK, S. (1988b). “Discovering machines: nature in the age of its mechanical reproduction”. En: F.A. Dubinskas (ed.). *Making Time: Ethnographies in High- Technology Organizations* (pág. 3991). Philadelphia: Temple University Press.
- TRAWEEK, S. (1992). “Border crossings: narrative strategies in science studies and among physicists in Tsukuba Science City, Japan”. En: A. Pickering (ed.). *Science as Practice and Culture* (pág. 429-465). Chicago: University of Chicago Press.
- TREVINO, L.K.; LENGEL, R.H.; DAFT, R.L. (1987). “Media symbolism, media richness and media choice in organizations”. *Communication Research* (núm. 14, pág. 553-574).
- TURKLE, S. (1995). *Life on the Screen: Identity in the Age of the Internet*. Londres: Weidenfeld and Nicolson.
- TURKLE, S. (1996). “Parallel lives: working on identity in virtual space”. En: D. Grodin; T.R. Lindlof (eds.). *Constructing the Self in a Mediated World* (pág. 156-175). Thousand Oaks, CA: Sage.
- TURNER, G. (1996). *British Cultural Studies: an Introduction* (2.<sup>a</sup> ed.). Londres: Routledge.
- TURNER, R. (1989). “Deconstructing ‘the field’”. En: J. Gubrium; D. Silverman (eds.). *The Politics of Field Research: Sociology beyond Enlightenment* (pág. 13-29). Londres: Sage.
- TURNER, S. (1980). *Sociological Explanation as Translation*. Cambridge: Cambridge University Press.
- VAN GELDER, L. (1991). “The strange case of the electronic lover”. En: C. Dunlop; R. Kling (eds.). *Computerisation and Controversy: Value Conflicts and Social Choices* (pág. 364-375). Boston: Academic.
- VAN MAANEN, J. (1988). *Tales of the Field: on Writing Ethnography*. Chicago: University of Chicago Press.
- VAN MAANEN, J. (1995). “An end to innocence: the ethnography of ethnography”. En: J. Van Maanen (ed.). *Representation in Ethnography* (pág. 1-35). Thousand Oaks, CA: Sage.
- VEHVILÄINEN, M. (1998). “Home page subjectivity: women’s groups and information technology”. Documento presentado en el EASST’98 General Conference on Cultures of Science and Technology: Europe and the Global Context, Lisboa, del 1al 3 de octubre de 1998.
- WAKEFORD, N. (1997). “Networking women and grrrls with information/communication

- technology: surfing tales of the World Wide Web”. En: J. Terry; M. Calvert (eds.). *Processed Lives: Gender and Technology in Everyday Life* (pág. 51-66). Londres: Routledge.
- WALKERDINE, V. (1986). “Video replay: families, films and fantasy”. En: V. Burgin; J. Donald; C. Kaplan (eds.). *Formations of Fantasy*. Londres: Methuen.
- WALKERDINE, V. (1990). *Schoolgirl Fictions*. Londres: Verso.
- WASKUL, D.; DOUGLASS, M. (1996). “Considering the electronic participant: some polemical observations on the ethics of on-line research”. *The Information Society* (vol. 2, núm. 12, pág. 129-139).
- WATSON, N. (1997). “Why we argue about virtual community: a case study of the Phish.Net fan community”. En: S.G. Jones (ed.). *Virtual Culture: Identity and Communication in Cybersociety* (pág. 101-132). Londres: Sage.
- WEBSTER, F. (1995). *Theories of the Information Society*. Londres: Routledge.
- WELLMAN, B.; GULIA, M. (1999). “Virtual communities as communities: net surfers don’t ride alone”. En: M.A. Smith; P. Kollock (eds.). *Communities in Cyberspace* (pág. 167-194). Londres: Routledge.
- WILLIAMS, R. (1990). *Television: Technology and Cultural Form* (2.<sup>a</sup> ed.). Editado por E. Williams. Londres: Routledge.
- WOLF, M. (1992). *A Thrice-Told Tale: Feminism, Postmodernism and Ethnographic Responsibility*. Stanford, CA: Stanford University Press.
- WOOLGAR, S. (1983). “Irony in the social studies of science”. En: K.D. Knorr-Cetina; M. Mulkay (eds.). *Science Observed: Perspectives on the Social Studies of Science* (pág. 239-266). Londres: Sage.
- WOOLGAR, S. (ed.) (1988). *Knowledge and Reflexivity: New Frontiers in the Sociology of Science*. Londres: Sage.
- WOOLGAR, S. (1991<sup>a</sup>). “The turn to technology in social studies of science”. *Science, Technology and Human Values* (vol. 1, núm. 16, pág. 20-50).
- WOOLGAR, S. (1991<sup>b</sup>). “Reflexivity is the ethnographer of the text”. En: S. Woolgar (ed.). *Knowledge and Reflexivity: New Frontiers in the Sociology of Knowledge*. Londres: Sage.
- WOOLGAR, S. (1991<sup>c</sup>). “Configuring the user: the case of usability trials”. En: J. Law (ed.). *A Sociology of Monsters: Essays on Power, Technology and Domination*. Londres: Routledge.

WOOLGAR, S. (1996). "Technologies as cultural artefacts". En: W. Dutton (ed.). *Information and Communication Technologies: Visions and Realities* (pág. 8-102). Oxford: Oxford University Press.

WYNN, E.; KATZ, J.E. (1997). "Hyperbole over cyberspace: self-presentation and social boundaries in Internet home pages and discourses". *The Information Society* (núm. 13, pág. 297-327).

ZERUBAVEL, E. (1979). *Patterns of Time in Hospital Life: a Sociological Perspective*. Chicago: University of Chicago Press.

ZICKMUND, S. (1997). "Approaching the radical other: the discursive culture of cyberhate". En: S.G. Jones (ed.). *Virtual Culture: Identity and Communication in Cybersociety* (pág. 185-205). Londres: Sage.

**En esta misma colección:**

### ***Acerca de Internet***

**Hubert L. Dreyfus**

Acerca de Internet es una discusión original y estimulante sobre las promesas y los peligros que encierra Internet. Superando la publicidad exagerada que rodea a la World Wide Web, Hubert L. Dreyfus, un célebre escritor sobre filosofía y tecnología, pregunta cuál es el precio que pagamos cuando dejamos nuestros cuerpos atrás y nos conectamos a la red. El origen de la atracción de ser un ubicuo navegante de la red lo halla en el desdén que expresaba Platón por el cuerpo. Los peligros de las interacciones sin riesgos que posibilita el anonimato de la Web los encuentra anticipados por la crítica de Kierkegaard al conformismo de la prensa y la opinión pública de su tiempo. Conciso y accesible, resulta una lectura esencial para cualquier persona que desee pensar con claridad sobre el papel que tendrá Internet en nuestro futuro.

### ***Comunidades en el ciberespacio***

**Marc A. Smith y Peter Kollock (editores)**

Las comunicaciones y la coordinación en el ciberespacio son baratas, rápidas y globales. ¿Qué tipos de espacios sociales y grupos están creando los millones de personas que utilizan las nuevas y poderosísimas herramientas de interaccionar y organizar? ¿De qué manera, con el uso de Internet, están modificando los conceptos básicos de identidad, buen autogobierno y comunidad? Comunidades en el ciberespacio estudia cómo el uso generalizado de la interacción en línea cuestiona y rediseña la propia idea de comunidad. La obra también nos da una amplia visión sobre las comunidades virtuales y sobre la relación de éstas con las comunidades del mundo físico. Este libro constituye una introducción indispensable al panorama de la vida social en el ciberespacio. Está dirigido a los estudiosos, estudiantes y

profesionales, y a todos aquellos que están interesados en las cambiantes relaciones entre las tecnologías de la información y la sociedad.

## ***Cibersociedad 2.0***

**Steven G. Jones (editor)**

Cibersociedad 2.0 es una aproximación al estudio académico de la comunicación mediada por ordenador (CMO). Cada autor parte de una perspectiva diferente y utiliza su método: el análisis cualitativo, la especulación filosófica o la etnografía virtual. El objetivo de la obra es ayudar a la formación de una conciencia crítica sobre las expectativas y decepciones originadas por la comunicación mediada por ordenador y por las nuevas culturas de Internet. La obra examina las problemáticas comunitarias, las normas de conducta, la comunicación, los medios para fijar la identidad, el conocimiento, la información y el ejercicio de poder en las relaciones sociales. Asimismo, examina la adaptación de la investigación social tradicional al estudio de las formaciones sociales mediadas por ordenador.

## ***Ciberdemocracia***

**Pierre Lévy**

Internet es un caso especial en el que no sólo prácticamente todo el mundo puede poner en línea lo que quiera decir, no sólo se crean foros de debate, sino que nacen verdaderas ciudades, verdaderas regiones, estableciendo lazos que escapan a las barreras políticas y geográficas tradicionales. ¿Esta libertad nueva es un peligro o una suerte? Para Pierre Lévy, anuncia la llegada próxima de la democracia generalizada y sienta las bases de una verdadera sociedad civil planetaria y quizás de nuevas formas de Estado. Una síntesis visionaria de las transformaciones que la emergencia de Internet provoca en la vida democrática.

## ***Los cuerpos en la tecnología***

**Don Ihde**

Las nuevas tecnologías traen también nuevas ideas acerca de nuestro cuerpo: con Internet podemos “llegar” prácticamente a cualquier lugar; nuevas máquinas de realidad virtual nos dan acceso al mundo del ciberespacio. En esta publicación, Don Ihde, uno de los principales filósofos de la tecnología explora el significado que adquieren los cuerpos en nuestra era basándose en fuentes y ejemplos tan diversos como videojuegos, las películas populares, el efecto del correo electrónico y las técnicas de realidad virtual. En esta edición se analiza cómo se ven afectados nuestro sentido del cuerpo y nuestra orientación en el mundo por las distintas tecnologías de la información.

## Notas

- (1) N.T. Aunque también se puede encontrar como “teoría de las señales filtradas”, hemos elegido una traducción más amplia. Ciertamente se restringen las señales, pero lo determinante es el efecto social que tiene la reducción de signos presenciales sobre las interacciones.
- (2) N.T. En algunos lugares “flaming” se traduce directamente como “llamear”. Curiosamente, algunos glosarios bilingües de Internet lo traducen como *desahogo* (<http://www.bilingualwebsites.com/>). Se trata de expresiones caracterizadas por el tono hostil o agresivo en el contexto de las comunicaciones electrónicas, comúnmente escritas en mayúsculas.
- (3) N.T.: “Internut!” es un juego de palabras que se puede traducir como “¡interlocura!” o, más contextualmente, “¡Interdelirio!”