



Métodos etnográficos para el estudio de la cultura digital; estrategias para explorar el significado

Escrito por
Betsabee Fortanell Trejo
<https://orcid.org/0000-0003-1542-7106>

RESUMEN

Derivado de experiencias en el aula relacionadas al acompañamiento a estudiantes de maestría y doctorado con investigaciones concernientes a la cultura digital, este trabajo tiene el objetivo de conceptualizar y distinguir los diferentes métodos etnográficos para el estudio de la cultura digital, lo cual permite definir rutas críticas para la formulación de estrategias metodológicas y, a la vez, clarificar los alcances de términos como etnografía virtual, etnografía para internet, ciberetnografía, netnografía, etnografía digital y autoetnografía digital. A partir de la investigación documental y de la práctica reflexiva docente, se concluye que dichos métodos etnográficos son también expresiones ontológicas y epistémicas de cómo la persona investigadora está concibiendo la realidad (implican abordajes distintos sobre las plataformas, las redes sociodigitales, los mundos virtuales y la tecnología). Es decir, no se trata de sinónimos o de maneras diferentes de nombrar el trabajo etnográfico sino de condiciones distintivas para la investigación. En este contexto, el diario de campo digital se presenta como una herramienta que permite el registro y descripción de observaciones; a la par, se convierte en un documento en el que se activa un proceso de reflexividad sobre el propio desarrollo de la investigación. En suma, este texto ofrece métodos para realizar trabajo de campo enfocado en la búsqueda del significado en los contextos digitales. Por último, se perfila la posibilidad de pensar las etnografías para la cultura digital desde lo decolonial, lo cual implica la reflexión crítica, posicionamientos éticos y políticos para las ciencias sociales.

Palabras clave: cultura digital, sociología comprensiva, métodos etnográficos, etnografía digital.

ABSTRACT

Deriving from classroom experiences supporting Master's and PhD students bit research related to digital culture, tris paper aims to conceptualizo and distinguish different ethnographic methods for the study of digital culture. This allows for defining critical paths for the formulation of methodological strategies and, at the same time, clarifying the

scope of terms such as virtual ethnography, internet ethnography, cyberethnography, netnography, digital ethnography, and digital autoethnography. Based on documentary research and reflective teaching practice, it is concluded that these ethnographic methods are also ontological and epistemic expressions of how the researcher conceives reality (they imply distinct approaches to platforms, sociodigital networks, virtual worlds, and technology). These are not synonyms or different ways of naming ethnographic work, but rather distinctive conditions for research. In this context, the digital field journal is presented as a tool that allows for the recording and description of observations; at the same time, it becomes a document that activates a process of reflexivity regarding the development of the research itself. In short, this text seeks to offer methods and techniques for conducting fieldwork focused on the search for meaning in digital contexts. Finally, it outlines the possibility of considering ethnographies for digital culture from a decolonial perspective, which implies critical reflection and ethical and political positions for the Social Sciences.

Key words: digital culture, comprehensive sociology, ethnographic methods, digital ethnography.

INTRODUCCIÓN

Las reflexiones que se ofrecen a continuación son el resultado de dialogar y construir con estudiantes (de la maestría en Comunicación y Cultura Digital, de la maestría y del doctorado en Ciencias Sociales, de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la Universidad Autónoma de Querétaro) estrategias metodológicas para el abordaje de problemas sociales, comunidades, prácticas, discursos y significados vinculados a la cultura digital, entendida como la vida cotidiana en el contexto de la sociedad de la información y el conocimiento (Herrera-Aguilar, 2023). En otras palabras, se trata de una ruta crítica resultado del acompañamiento para la elaboración, diseño e implementación de estrategias metodológicas.

Particularmente, desde la materia de Métodos y Técnicas Cualitativas surgen las preguntas sobre cómo nombrar a la etnografía, que ayude a atender preguntas de investigación sobre la cultura digital. La bibliografía ya es vasta, pero elegir la propuesta metodológica se vuelve un camino incierto. Con el propósito declarificar y apoyar a resolver el momento de duda, se propone el siguiente análisis. La invitación es a

Escrito por
Betsabee Fortanell Trejo
<https://orcid.org/0000-0003-1542-7106>

evitar los sinónimos; en cambio, reconocer que cada autora o autor propone posicionamientos distintos sobre la tecnología, las plataformas e internet. Igualmente, este texto se ofrece como un recurso para la enseñanza, el diálogo y la discusión de metodologías para la investigación en ciencias sociales.

MARCO TEÓRICO

Cuando hablamos de estrategias etnográficas para el estudio de la cultura digital, partimos de ubicarnos en la sociología comprensiva, propuesta por Max Weber, en *Economía y sociedad* (2002). Igualmente, en estas líneas reconocemos el aporte de Marianne Weber a la obra, editada y publicada de manera póstuma; por tanto, es ella quien ordena los capítulos y da cauce a una propuesta metodológica preocupada por la comprensión y la búsqueda del significado de la acción social. También, en un ejercicio para reconocer a las madres fundadoras de la sociología. En otras palabras, es un posicionamiento político y crítico de quien escribe estas líneas frente a la enseñanza y divulgación del pensamiento sociológico.

Economía y sociedad, publicada por primera vez en 1922, marca distancia de las Reglas del método sociológico de Emilio Durkheim, divulgado en 1985. Al desprenderse del método científico para el estudio de las ciencias naturales,

la sociología comprensiva se trata de “una ciencia que pretende entender, interpretándola, la acción social para de esta manera explicarla causalmente en su desarrollo y efectos” (Weber, 2002, p. 5). Es una manera de estudio de lo social que pretende el significado y la interpretación de la acción. De ahí, la labor de la persona científica social se orienta a poder recuperar el sentido de la acción social a través de técnicas de investigación que posibiliten la observación y la escucha significativas; poder establecer diálogos horizontales con las personas que participan de la investigación para conocer el significado de sus prácticas, de la conformación de comunidades y generación de discursos.

Las ciencias sociales cuentan con un cúmulo de metodologías de corte cualitativo que dialogan con la sociología comprensiva: la fenomenología (Heidegger, 1993), la teoría fundamentada (Corbin, 2016), el análisis crítico del discurso (Van-Dijk, 2016), el grupo de discusión (Barbour, 2019), los métodos narrativos (Nieto-Bravo et al., 2023). Sin embargo, este trabajo busca centrarse en los métodos etnográficos, particularmente, aquellos que posibilitan el desarrollo de estrategias de investigación para el estudio de la cultura digital, en cuanto a que se conforma por comunidades, personas usuarias, prácticas y discursos, en el marco de los usos sociales y cotidianos de la tecnología.

Estrategia metodológica

Análisis de metodologías etnográficas para la cultura digital

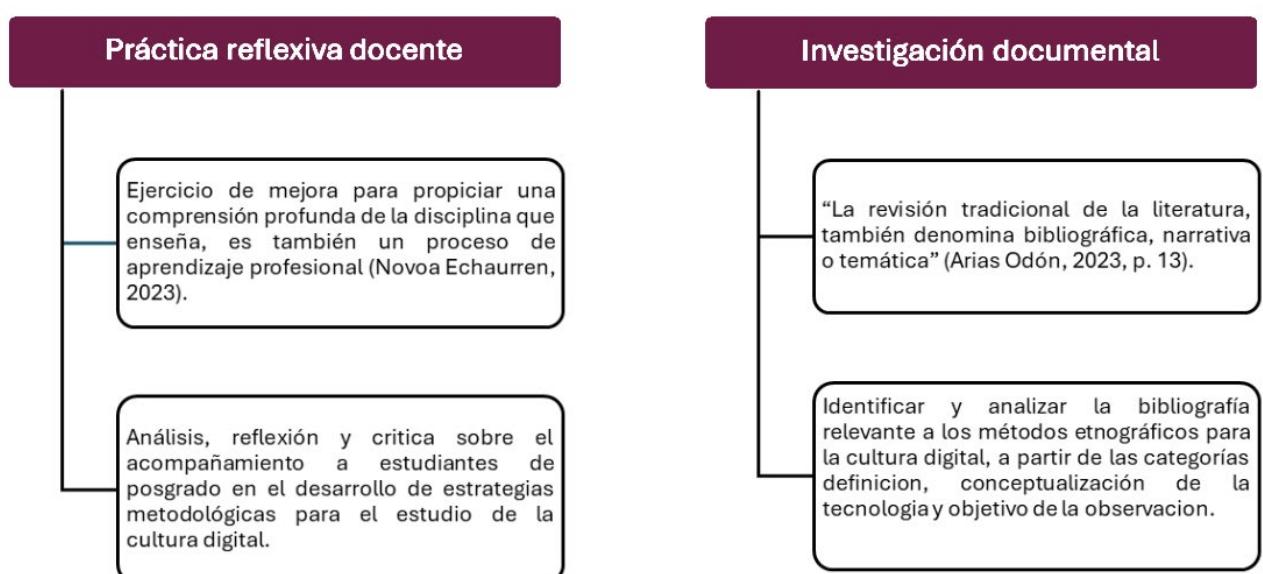


Figura 1. Estrategia metodológica para el análisis de etnografías de la cultura digital.

METODOLOGÍA

La estrategia metodológica diseñada para el trabajo integró dos técnicas de investigación cualitativa: la práctica reflexiva docente y la investigación documental. La primera, entendida como el ejercicio de mejora para propiciar una comprensión profunda de la disciplina que enseña, es también un proceso de aprendizaje profesional (Novoa Echaurren, 2023). Es decir, se emplea como técnica de investigación la experiencia en aula, la cual es útil para la reflexión, el diálogo y la crítica sobre los temas socializados, en este caso, en el marco de la materia de *Métodos y Técnicas de Investigación Cualitativa*.

Por otra parte, se recurrió a la investigación documental pensada como “la revisión tradicional de la literatura, también denominada bibliográfica, narrativa o temática” (Arias Odón, 2023, p. 13). Dicha técnica se empleó para analizar, en la bibliografía relevante del curso, categorías que permiten la distinción entre diferentes etnografías para el estudio de la cultura digital. A partir de lo anterior, se buscó definición, conceptualización de la tecnología y propósito de observación.

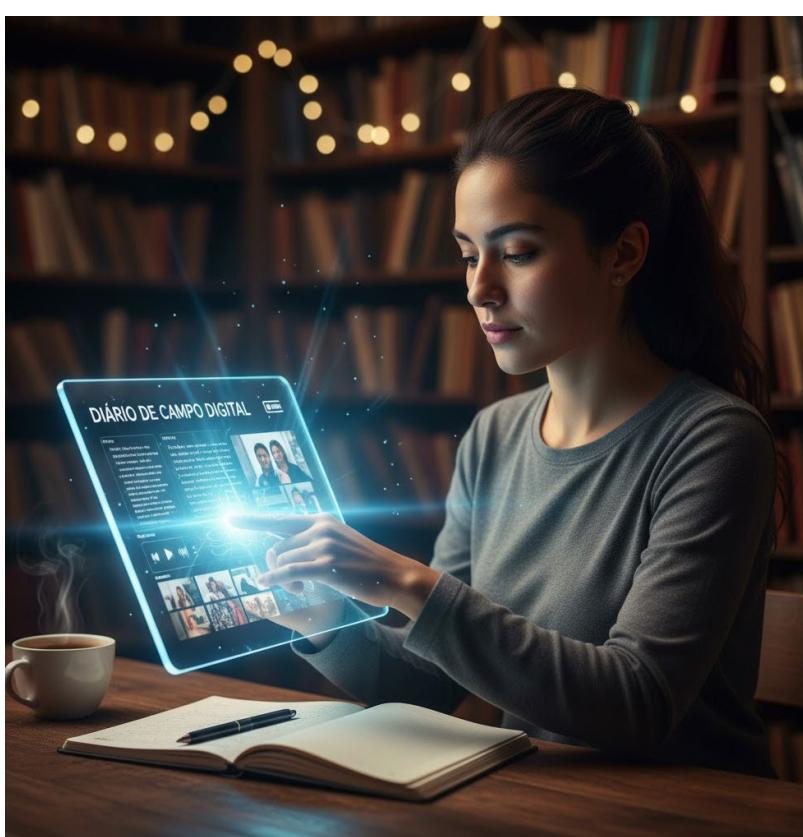
En la Figura 1, se representa la estrategia metodológica, la cual se integró de la práctica reflexiva docente y de la investigación documental. Ambas técnicas ofrecen la posibilidad de vincularse con el acompañamiento a estudiantes de posgrado y mantienen un ejercicio dialógico sobre los recursos a implementar para el trabajo de campo.

Las etnografías de lo digital, diferencias y alcances

La antropología ha sido una de las ciencias sociales que han innovado su método principal para el estudio de los fenómenos sociales emergentes, conforme los contextos, las prácticas y los movimientos sociales ocupan las dinámicas de la vida cotidiana. Han adaptado la etnografía clásica a los movimientos migratorios con la etnografía multisituada (Marcus, 2018); el estudio de las experiencias y paisajes sensoriales con la etnografía sonora (Muratalla, 2017) o la etnografía sensorial (Sabino Ramos, 2021); el estudio de lo teatral y la inversión en las subjetividades con la etnografía performativa (Keith Alexander, 2013); el abordaje de las culturas visuales con la etnografía visual (Pink, 2024). Así, la antropología también ha apostado al estudio de la cultura digital desde diferentes estrategias metodológicas, las cuales han llegado a emplearse como sinónimos, o bien,

se han abandonado unas y se han explorado otras con el pretexto del paso de los años. Sin embargo, una revisión crítica a las mismas permite identificar que no se trata de nombres semejantes o de términos obsoletos, sino de posicionamientos y abordajes distintos para el estudio de prácticas, comunidades, discursos y significados generados a través de las plataformas digitales, internet o, en general, la tecnología.

A principios del milenio, Christine Hine (2001) publicó el libro *Virtual Ethnography*. En la obra, problematiza internet como un artefacto cultural o como un espacio en el que se gesta la cultura, por tanto un objeto de estudio propio de la etnografía clásica, aunque con sus excepciones en cuanto al tiempo y espacio. También la autora aborda distinciones para el espacio online y offline. Si bien pueden vincularse, son espacios separados con dinámicas, características e identidades propias. Nos parece que estas últimas condiciones son las distintivas de la propuesta metodológica. Por consecuencia, si las investigaciones apuestan por comprender las distinciones entre los espacios on y offline, la etnografía virtual es la metodología que dialoga con el propósito de estudio. Hablamos de trabajos sentados en hallar las diferencias o similitudes entre las experiencias dentro y fuera de internet.



Desde el análisis del juicio, Louise Woodward (citado en Hine, 2001) relata cómo realizar la observación (sin limitarse a una temporalidad y espacio), cómo identificó blogs del caso, así como la manera de acercarse a sus administradores a partir de una entrevista diseñada para responderse a ritmo del tiempo y espacio de la persona participante. A la par, la referencia hacia lo offline es permanente, puesto que la actividad en internet fue relevante para el rumbo legal del caso.

Igualmente, el término ciberetnografía se emplea para desarrollar estrategias metodológicas para el abordaje de lo digital. También se popularizó al comienzo del siglo. En esta propuesta, la clave es el lugar/territorio que se pretende estudiar: el ciberespacio. Estamos frente a una metodología etnográfica que emplea la entrevista y la observación, entre otras técnicas, para la comprensión de la vida cotidiana en aquellos mundos alternos, como si se tratara de una realidad paralela y distante.

Entonces, se piensa al ciberespacio, como aquel lugar desterritorializado, que carece de base en el mundo de los objetos y de los espacios cotidianos; es un territorio semantizable, de procesos metafóricos y metónimicos (Ruiz Torres, 2008). Sin el afán de realizar determinismos y sí orientaciones metodológicas, la cibernetnografía es útil para el estudio de los mundos virtuales, muy propios de los videojuegos o de los avatares, por ejemplo. En otras palabras, de aquellos fenómenos que suceden en las plataformas, delimitados por los algoritmos.

Por otra parte, las personas usuarias de plataformas digitales se agrupan en torno a preocupaciones, actos de denuncia ciudadana, intereses, causas diversas, conformando así no solo grupos sino comunidades virtuales, en las cuales se comparten afinidades y objetivos. El estudio de estas formas de socialización son objetivo de la netnografía. Para Kozinets (2015), la netnografía se ocupa de fenómenos sociales en línea, en los que las nociones de cultura y comunidad son centrales. Entonces, de esta estrategia es propio el abordaje de usuarios que conforman redes, alianzas y grupos, muchas veces asociados a nacionalidades, etnias, localismos, religiosidades, identidades, profesiones, ocupaciones, entre otros.

A unos 15 años de la publicación de Virtual Ethnography, Christine Hine publicó Ethnography for the Internet. Embedded, Embodied and Everyday. Una obra en la que replantea la manera de

concebir el trabajo etnográfico; de dicha reflexión se desprende etnografía para internet. A la autora le interesa el “para” en lugar “de” reconociendo que internet no puede estudiarse en su totalidad y que en sí mismo no es un objeto de estudio.

Hine (2015) parte de la etnografía como el método para llegar al corazón del significado y es útil para comprender cómo las personas dan sentido a sus vidas. Ahora bien, la nueva propuesta metodológica reconoce a internet como un fenómeno de vida cotidiana (*everyday*), integrado (*embedded*) y encarnado (*embodied*), al que denomina también internet E3.

Con *embedded* se problematiza cómo los contenidos digitales circulan en contextos y dispositivos móviles distintos, cómo los aparatos están conectados a internet y cómo los contenidos son moldeables. *Embodied* es útil para entender que internet está ligado al cuerpo, a las sensaciones y percepciones. *Everyday* ayuda a reconocer que internet es parte de la vida cotidiana (Hine, 2015). Así, la etnografía para internet es un método valioso para responder a preguntas de investigación sobre cómo la tecnología es una extensión del cuerpo, sobre cómo se emplea la tecnología para las rutinas diarias (desde las deportivas, por ejemplo, hasta las prácticas de cuidado, de vigilancia, de entretenimiento, entre otras), sobre cómo una tecnología está vinculada a otra.

La etnografía digital es una propuesta desarrollada principalmente por Sarah Pink. A diferencia de lo que suele interpretarse, no es una metodología pensada para las plataformas digitales, internet o la tecnología, en general. En cambio, se trata de una apuesta para pensar lo digital como un elemento transversal al proceso de investigación.

Para Pink et al. (2019), la etnografía digital reconoce las implicaciones de los medios digitales en la configuración de técnicas y procesos para la práctica etnográfica; visibiliza cómo la vida y la experiencia de investigación se generan en entornos digitales, materiales y sensoriales; contempla un mundo dinámico. En suma, dicho contexto redefine la práctica etnográfica.

Así, dicha metodología pone de relieve el uso de la tecnología y de lo digital para la recolección de datos (registro de video, texto o fotografía), para el procesamiento de datos, difusión y divulgación de la información. Por tanto, sus ejes y características principales son “la multiplicidad, el no-digital-centrismo, la apertura, la reflexividad y

la heterodoxia” (Pink et al., 2019). En suma, es una estrategia creativa, en cuanto al uso de recursos digitales para el estudio de la vida cotidiana, inserta, enlazada o contextualizada en una sociedad tecnológica. En este sentido, reconoce que para conocer por qué las personas usan o significan las redes sociodigitales, por ejemplo, tienen que comprenderse otras dimensiones de la vida.

Hasta aquí hemos buscado recapitular y distinguir diferentes metodologías etnográficas para el estudio de la cultura digital, las cuales marcan diferencias entre lo online y offline, estudian las comunidades virtuales, se ocupan de los mundos virtuales, de las maneras en cómo la tecnología está incorporada a la vida cotidiana o, en su caso, cómo lo digital es transversal a la investigación. Al mismo tiempo, hay otra propuesta metodológica situada en la propia persona que hace investigación.

La autoetnografía (Bérnard Calva, 2019) es un método posmoderno y tenso para el trabajo de investigación más conservador; al ser la, le o el investigador su propio objeto de estudio, al proponer formas novedosas de divulgación, rompe con formalismos y tradiciones. Sin embargo,

la autoetnografía pone énfasis en la propia experiencia e historia de vida, situada siempre en contexto y vinculada con marcos teóricos.

La autoetnografía digital permite desarrollar estrategias metodológicas para indagar en la trayectoria propia, relacionada con fenómenos de las plataformas digitales (Tomasena, 2023); asimismo, es un método basado en las experiencias individuales ocupadas y conectadas a los espacios digitales; contempla las interacciones y la construcción del significado (Dunn & Myers, 2020). Por tanto, es útil para investigaciones en las cuales se abordan prácticas personales asociadas a la tecnología. Ejemplo: experiencias como influencers, comercio en línea, docencia virtual, activismo digital, labores colectivas o comunitarias, entre otras.

En la tabla siguiente, se enlistan las etnografías mencionadas, haciendo referencia a sus autoras o autores, a las características principales y distintivas en cuanto a la comprensión de la tecnología, las plataformas digitales o internet, así como a su definición y propósito de observación.

Tipo de etnografía	Características y objetivo de observación
Etnografía virtual (Hine, 2001)	Aborda internet como un espacio cultural y como un artefacto; marca diferencias entre lo online y lo offline.
Ciberetnografía (Ruiz Torres, 2008)	Tiene por objetivo el estudio del ciberespacio, conceptualizado como una realidad paralela.
Netnografía (Kozinets, 2015)	Interesada en el estudio de las comunidades o grupos. Permite el acercamiento a colectivos de fans, activistas; personas que comparten intereses o valores.
Etnografía para internet (Hine, 2015)	Conceptualiza a internet como un fenómeno inserto en la vida cotidiana (<i>everyday</i>), integrado (<i>embedded</i>) y encarnado/ incorporado (<i>embodied</i>).
Etnografía digital (Pink et al., 2019)	Reconoce cómo los medios digitales permean la práctica etnográfica; representa una forma de hacer investigación en las ciencias sociales.
Autoetnografía digital (Tomasena, 2023)	Estudio de la experiencia de la propia persona investigadora, quien mantiene una relación cercana con la tecnología en cuanto al problema o fenómeno a indagar.

Tabla 1. Etnografías para el estudio de la cultura digital.

Hasta aquí se ha buscado mostrar un abanico de opciones respecto a los métodos etnográficos para el estudio de la cultura digital, con el propósito de reconocer sus particularidades y señalar que no se trata de definir si los términos son obsoletos; en cambio, el objetivo es definir alcances y limitaciones de cada estrategia. Por supuesto, faltan autoras y autores, no obstante, el propósito es apoyar para generar un texto pedagógico y orientativo al momento de tomar decisiones sobre cómo nombrar la manera de estudiar cuando se busca hallar el significado del uso de la tecnología.

La construcción del diario de campo digital

Para Rosana Guber (2011), la etnografía es un método artesanal vigente en la era de la informática, de la aplicación de las encuestas de opinión y de internet, porque permite conocer de primera mano cómo viven y piensan las personas. De ahí la necesidad de plantear una ruta crítica de conocimiento y problematización de los métodos etnográficos para la investigación de la cultura digital.

Consideramos necesario recuperar a la etnografía también como producto, lo que lleva a la necesidad de plantear a la persona investigadora la elaboración de un diario de campo sujeto a consulta o revisión, tanto de quienes participaron

en el trabajo como de la comunidad académica y otros públicos. Un documento digital que pueda emplear el texto, el audio y el video para describir y recuperar lo observado.

El documento debe almacenar información, permite visualizar cómo la, le o el investigador va abriendo su mirada y expresa cómo se va generando un proceso de producción de conocimiento, en el que se relaciona el trabajo de campo con la teoría (Guber, 2011). Se trata de un documento de libre configuración y diseño, pero que requiere de ciertas enunciaciones éticas, ontológicas y epistemológicas.

El diario de campo debe mostrar las condiciones éticas para la investigación: cómo se busca preservar la integridad de las personas participantes del trabajo, cómo se evita el extractivismo y cómo se procura una investigación recíproca y horizontal (Corona Berkin, 2020). En suma, mantener un ejercicio reflexivo sobre la ética del trabajo intelectual.

Como se ha mencionado anteriormente, este trabajo es resultado del acompañamiento a estudiantes de posgrado, a quienes, en el aula, se les ha invitado a elaborar diarios de campo digitales que incluyan el propósito de la observación, el posicionamiento propio frente a la investigación y las condiciones éticas, tal y como se expone en la Tabla 2.

El diario de campo digital	
Elementos	Características
Propósito de la observación	Enunciar el objetivo del trabajo, a quién se observa y desde qué teorías.
Posicionamiento propio	Describir las motivaciones para el trabajo de campo, referir a experiencias o a la trayectoria de vida y cómo se vincula a la investigación.
Condiciones éticas	Describir cuáles son los criterios para garantizar el bienestar, la privacidad y la seguridad de quienes participan en la observación.

Tabla 2. Elementos y características del diario de campo digital.

En otras palabras, el diario digital debe reseñar con qué propósito se construye, a quiénes investiga y desde dónde se investiga. Hacer mención de las teorías o conceptos útiles para el acercamiento. Incluso, narrar qué anima a la persona a realizar el trabajo de campo (es decir, importa el lugar en el mundo que ocupa la persona investigadora y cómo concibe la realidad). Lo anterior facilita a la lectora o lector reconocer desde dónde se piensa y construye, cimientos anclados muchas veces a la historia de vida de la persona autora y al propio recorrido intelectual y político. Entonces, el diario de campo digital se convierte en una herramienta que permite el registro de observaciones, se vuelve el documento reflexivo sobre el propio desarrollo de la investigación y se constituye como una fuente de consulta del trabajo intelectual.

CONCLUSIONES

Tras el recorrido planteado, queda la tarea de invitar a repensar y replantear los métodos etnográficos para la cultura digital. Si bien, el objetivo fue identificar y distinguir las diferentes apuestas de campo, el siguiente paso es mantener un ejercicio dialéctico y crítico; hacer preguntas para reconocer sus limitaciones, para identificar lo que excluye, oculta y si acaso privilegia miradas hegemónicas que reproduzcan prácticas y contextos de desigualdad.

Lagunas Vázquez (2024) pugna por traer lo decolonial a la etnografía para pensar los componentes éticos y propiciar justicia cognitiva para las ciencias sociales, impulsar la democracia participativa en la producción del conocimiento, generar enfoques de igualdad y de equidad humana, de interculturalidad y de diálogo de saberes.



En consecuencia, como se muestra en la Figura 2, las etnografías para el estudio de la cultura digital desde lo decolonial serían aquellas estrategias preocupadas por visibilizar los criterios éticos, por generar condiciones de igualdad de voces y de participación, por el reconocimiento de las diferencias ontológicas y epistemológicas.



Figura 2. Las etnografías para la cultura digital desde lo decolonial.

Por otra parte, se pugna por que este texto sea una invitación abierta a explorar el uso de creatividad para el trabajo etnográfico, procurando la participación y la horizontalidad, evitando el extractivismo y marcando distancia de determinismos tecnológicos que limiten la problematización de la cultura digital; que también sea una provocación a pensar el trabajo de investigación sin limitantes, es decir, reconocer la posibilidad de incidencia social en el solo acto de plantear la indagación desde las ciencias sociales, al uso de la voz en primera persona, a la escritura que haga explícita la emoción, la historia de vida de la persona investigadora y el posicionamiento político. La investigación cualitativa necesita posicionamientos visibles para procurar cambios sociales.

Por último, que el aula sea un espacio para impulsar los métodos etnográficos para la cultura digital con preguntas permanentes para cuestionar el trabajo propio, su diseño y alcance. Lo anterior tendría que ser un ejercicio del presente y del futuro en la formación de científicas y científicos sociales, y en las experiencias que motivaron a este trabajo: el diálogo y el acompañamiento a estudiantes de posgrado.

REFERENCIAS

- Arias Odón, F. (2023). Investigación documental, investigación bibliométrica y revisiones sistemáticas. *REDHECS: Revista Electrónica de Humanidades, Educación y Comunicación Social*, 31(22), 9-28.
- Barbour, R. (2019). Los grupos de discusión en investigación cualitativa (2.^a ed.). Ediciones Morata.
- Bérnard Calva, S. M. (2019). Autoetnografía. Una metodología cualitativa (1.^a ed.). Universidad Autónoma de Aguascalientes. <https://editorial.uaa.mx/docs/autoethnografia2.pdf>
- Corbin, J. (2016). La investigación en la teoría fundamentada como un medio para generar conocimiento profesional. En S. Bérnard Calva, *La teoría fundamentada: Una metodología cualitativa* (1.^a ed.) (13-54). Universidad Autónoma de Aguascalientes. https://editorial.uaa.mx/docs/ve_teoria_fundamentada.pdf
- Corona Berkin, S. (2020). La producción horizontal del conocimiento (1.^a ed.). Calas. <http://calas.lat/es/publicaciones/afrontar-las-crisis/sarah-corona-berkin-la-producci%C3%B3n-horizontal-del-conocimiento>
- Dunn, T. R. & Myers, W. B. (2020). Contemporary Autoethnography Is Digital Autoethnography. *Journal of Autoethnography*, 1, 43-59.
- Guber, R. (2011). La etnografía. Método, campo y reflexividad (1.^a ed.). Siglo XXI Editores.
- Heidegger, M. (1993). El ser y el tiempo (6.^a reimpr.). Fondo de Cultura Económica.
- Herrera-Aguilar, M. (2023). Cultura digital: Su construcción como objeto de estudio. La propuesta de una aproximación teórico-conceptual. En I. Colín Mar, O. Solís Hernández, M. B. Herrero Martín y J. Pedraza Mandujano, *Los diálogos en la comunicación: Interpretaciones del espacio y los objetos de la comunicación* (1.^a ed.). Universidad Autónoma del Estado de México. <http://hdl.handle.net/20.500.11799/138284>
- Hine, C. (2001). Virtual ethnography (2nd ed.). Cultura Libre.
- Hine, C. (2015). Ethnography for the Internet. Embedded, Embodied and Everyday (1st Edition). Routledge.
- Keith Alexander, B. (2013). La etnografía performativa. La representación y la incitación de la cultura. En N. K. Denzin y Y. Lincoln, *Las estrategias de investigación cualitativa* (vol. 3) (94-153).
- Kozinets, R. (2015). Netnography: Redefined (2nd ed.). Sage.
- Lagunas Vázquez, M. (2024). Etnografía decolonial y diversidades epistémicas. *Utopía y Praxis Latinoamericana*, 29(105), artículo 105.
- Marcus, G. E. (2018). Etnografía multisituada. Reacciones y potencialidades de un ethos del método antropológico durante las primeras

décadas de 2000. *Etnografías Contemporáneas*, 4(7). <https://revistasacademicas.unsam.edu.ar/index.php/etnocontemp/article/view/475>

- Muratalla, B. (2017). *Ecos de la cultura. Etnografía y grabación sonora* (1.^a ed.). Instituto Nacional de Antropología e Historia.
- Nieto-Bravo, J. A., Pérez-Vargas, J. J. & Moncada-Guzmán, C. J. (2023). Métodos narrativos en investigación social y educativa. *Revista de Ciencias Sociales*, 29(1), artículo 1. <https://doi.org/10.31876/rcs.v29i1.39747>
- Novoa Echaurren, Á. (2023). Práctica reflexiva docente como método de investigación aplicada en educación. *Revista Realidad Educativa*, 3(1), 2455-6134. <https://doi.org/10.38123/rre.v3i1.284>
- Pink, S. (2024). *Etnografía visual* (4.^a ed.). Ediciones Morata.
- Pink, S., Horst, H., Postill, J., Hjorth, L., Lewis, T. y Tacchi, J. (2019). *Etnografía digital*. Ediciones Morata.
- RuizTorres, M. Á. (2008). La mediación tecnológica en la práctica etnográfica. En *La mediación tecnológica en la práctica etnográfica* (1.^a ed.) (117-132). https://eardevol.wordpress.com/wp-content/uploads/2006/12/05_volumen-borrador.pdf
- Sabino Ramos, O. (2021). El giro sensorial y sus múltiples registros. Niveles analíticos y estrategias metodológicas. En B. Márquez Escamilla y E. Rodríguez Domínguez, *Etnografías desde el reflejo: Práctica-aprendizaje* (241-274). <http://bdjc.iiia.unam.mx/items/show/459#lg=1&slide=0>
- Tomasena, J. M. (2023). Cómo me hice booktuber: (Auto)etnografía digital, prosumo literario y sociabilidad en YouTube. *Cuadernos. info*, 54, artículo 54. <https://doi.org/10.7764/cdi.54.52927>
- Van-Dijk, T. A. (2016). Análisis crítico del discurso. *Revista Austral de Ciencias Sociales*, 30, artículo 30. <https://doi.org/10.4206/rev.austral.cienc.soc.2016.n30-10>
- Weber, M. (2002). Economía y sociedad. Esbozo de la sociología comprensiva (2.^a reimpr.). Fondo de Cultura Económica de España.