Gisela Cánepa, Giuliana Borea y Alonso Quinteros, coords.

Antropologías visuales latinoamericanas:
genealogías, investigación y enseñanza

FORO

FLACSO Ecuador
Fondo Editorial PUCP

Índice de contenidos

Lista de abreviaciones, acrónimos y siglas VIII

Introducción
¿Hay una antropología visual latinoamericana? 1
Giuliana Borea, Gisela Cánepa y Alonso Quinteros

Capítulo 1
Antropologías y artes: genealogías, experimentos y desafíos desde Latinoamérica 28
X. Andrade, Giuliana Borea y Carla Pinochet Cobos

Capítulo 2
Materialidades y memorias en disputa: prácticas de archivo y museos en Latinoamérica 74
Gisela Cánepa, Pamela Cevallos y Sandra Rozental

Capítulo 3
Producción fílmica y etnografía: infraestructura, *performatividad* y composición etnográfica en el documental latinoamericano 124
Alonso Quinteros, Alex Vailati y Gabriela Zamorano

Capítulo 4
Metodologías desde lo sensorial, lo audiovisual y lo experimental 164
Catalina Cortés Severino y María Eugenia Ulfe

Capítulo 5
Antropología de los medios de comunicación en Latinoamérica: comunidades, involucramientos y compromisos culturales en la era digital 205
Raúl Castro-Pérez, Marian Moya y Francisco Osorio

Sobre las compiladoras y el compilador 239

Sobre los autores y las autoras 241

Capítulo 5
Antropología de los medios de comunicación en Latinoamérica: comunidades, involucramientos y compromisos culturales en la era digital

Raúl Castro-Pérez, Marian Moya y Francisco Osorio

¿Existe una antropología de los medios de comunicación latinoamericana? Vale decir, ¿una antropología de los medios escrita por latinoamericanos, para latinoamericanos y desarrollada teórica y prácticamente en Latinoamérica? En momentos de vitalidad de esta corriente subdisciplinaria en todo el mundo, esta es la pregunta que buscamos responder con el presente estudio. Para ello, expondremos evidencia hallada en un estado del arte sumario de las investigaciones existentes, y formularemos una agenda de trabajo comprometida en el camino a responderla.

La antropología de los medios de comunicación está en pleno desarrollo gracias a la atención que le prodigan algunas de las más importantes casas de estudio en el mundo. Desarrollan ambiciosos proyectos etnográficos multisitiales, entre los que sobresalen los de la University College London (UCL); por ejemplo, el proyecto Anthropology of Smartphones and Smart Ageing, con etnografías multisitiales en 11 países, durante 16 meses, ambicioso proyecto que sucede a otro similar denominado Why We Post, ambos conducidos por Daniel Miller.[1] En Australia, Annette Markham condujo, también durante 2020, el proyecto Massive and Microscopic: Making Sense of Covid-19, ejercicios testimoniales de autoetnografía desde el Digital Ethnography Research Centre del RMIT [Royal Melbourne

[1] Véase https://www.ucl.ac.uk/anthropology/assa/

Institute of Technology].[2] Por otro lado, la Universidad de Toronto promueve Meet the Labs, encuentros de experiencias de laboratorios etnográficos: Stadtlabor for Multimodal Urban Anthropology de Berlín o el Kaleidos Center for Interdisciplinary Ethnography de Quito,[3] entre otros.

También desarrollan guías temáticas que consolidan su profusa producción bibliográfica. Se destacan reconocidas guías como las de *Routledge Companion to Digital Ethnography* (2016), editada por Larissa Hjorth, Heather Horst, Anne Galloway y Genevieve Bell, o la de Digital Ethnography: Principles and Practice (2015, edición en español de 2019), editada por Sarah Pink, Heather Horst, John Postill, Larissa Hjorth, Tania Lewis y Jo Tacchi. A esas dos se suma el volumen *The Routledge Companion to Media Anthropology*, editado por Elisabetta Costa, Patricia G. Lange, Nell Haynes y Jolynna Sinanan (2022).

A su vez, se están ofertando programas académicos con un grado alto de especialización. El Departamento de Antropología Social de Harvard University ofrece un doctorado con énfasis especial en Media Anthropology. New York University ofrece un certificado especial en Media and Culture como complemento a su maestría en Antropología. University of California, Davis (UC Davies) señala expresamente en su programa de Antropología que los media son un tema de interés en sus investigaciones. Goldsmiths University of London tiene un pregrado en Media and Anthropology. Freie Universität de Berlín brinda una maestría en Visual and Media Anthropology.

En la misma línea de tiempo, nos proponemos identificar y establecer un itinerario particular que los estudios latinoamericanos han podido sacar adelante en simultáneo con estos desarrollos, lo que en alguna medida da cuenta de un proceso igualmente en curso en la región. Para ello, aquí esbozamos una propuesta analítica dirigida a identificar voces distintivas en estos estudios; una propuesta que enuncie relatos en diálogo con lo que sucede en el entorno global, y a la vez significativo para la reflexión y las agendas investigativas de nuestros académicos. Esto es, proponemos identificar voces

[2] Véase https://digital-ethnography.com/projects/massive-microscopic-covid-19/

[3] Véase https://ethnographylab.ca/2021/04/02/meet-the-labs-explorations-in-ethnographic-practice-from-berlin-and-quito/

sostenibles en el tiempo, con obras de autores que radicamos en universidades latinoamericanas, escribimos en castellano o portugués, e indexamos nuestros trabajos en sistemas colegiados de bases de datos (Scopus, WoS, SciELO, Redalyc) con la pretensión de que conformen una literatura común; vale decir, una corriente de voces distintivas latinoamericanas en el concierto mundial de la antropología de los medios, actualmente –como ya se ha mencionado– en vigoroso despliegue.

Partimos del hecho de que gigantes de la literatura antropológica regional, como Gustavo Lins Ribeiro (1995), Rita Segato (1995) o Néstor García Canclini (2001), estuvieron, durante los años noventa, entre las primeras voces que contribuyeron a la formación de un campo interpretativo que vinculó la antropología con la condición humana en el entonces naciente tiempo de la sociedad-red.[4] En línea con sus contemporáneos más influyentes, como Benedict Anderson (1993), Arjun Appadurai (2001) y Anthony Giddens (2000), sostenían que la emergente conciencia de la globalización económica, social y cultural encontraba en la infraestructura de la comunicación –y las narrativas que ello conlleva– su más evidente asidero, propiciando "culturas híbridas" cuya modernidad expresiva tenía entonces tanto de cosmopolita como de tradiciones locales.

En el presente texto planteamos entonces la pertinencia y la oportunidad de establecer un relato antropológico sobre nuestras prácticas culturales habilitadas en y por entornos mediáticos establecidos en América Latina, y por los significados que estas prácticas, con sus usos y valoraciones, nos ofrecen como dispositivos comprensivos de la vida cotidiana local. Ello, con una mirada desde nuestros claustros, escenarios y campos, y en voces de autores que produjeron y aún producen en castellano o portugués desde universidades latinoamericanas. Para establecer los alcances de nuestra investigación e identificar la trama narrativa de nuestra posición, nos propusimos concentrarnos en las principales bases de datos académicas en el mundo, de carácter *peer reviewed*, que tienen registrados estudios en el marco de las características que mencionamos. Auscultamos los artículos que dichas bases de datos exponen en cuanto

[4] En la siguiente sección se ofrecen detalles.

aproximación autocontingente, que explica en sí misma una delimitación, pero también características de validación colegiada y acreditada por pares. Asimismo, indagamos fortalezas heurísticas reconocidas en un concierto internacional que las encuentra representativas de una peculiaridad latinoamericana a lo largo de todo su proceso de producción de hallazgos y circulación.

Con esa impronta, echamos mano a recursos indexatorios como puntos de entrada a la reunión del material por analizar, así como claves interpretativas, siempre procurando responder la pregunta propiciatoria inicial. Realizamos entonces una búsqueda considereando ejes de análisis a los estudios antropológicos sobre medios de comunicación escritos en castellano y portugués, de autores con filiación a universidades de Latinoamérica, y entradas temáticas relativas a usos y prácticas con la radio, la televisión, la prensa, el internet y los medios emergentes del *social media*. Incluimos, por supuesto, todo el abanico de redes multimodales que esto implica: Facebook, YouTube y Twitter, primordialmente. Este fue el marco referencial de donde tomamos también las palabras clave para la búsqueda.

De igual manera, operamos implementando criterios de búsqueda relativos a "mundos sociales medialmente habilitados", "etnografías de audiencias o de públicos en red", y "experiencia de la mediación", en tanto en cuanto son conceptos trabajados y sustentados con éxito por la literatura especializada. Estas entradas resultaron ser, así, nuestros ejes analíticos. Vale decir aquí que conscientemente dejamos de considerar grandes e importantes campos temáticos como el del cine etnográfico –asociado a los vigorosos movimientos de documentalistas y cineastas del llamado "tercer cine", movimiento cuya suerte de manifiesto titulado "Hacia un tercer cine", de los cineastas militantes del Grupo Cine Liberación, Fernando Solanas y Octavio Getino, fue publicado en 1969 en La Habana–, así como el denominado *indigenous media*, movimiento que a partir del uso de los medios por parte de los pueblos indígenas o "Fourth World peoples" (pueblos del Cuarto Mundo) proponen luchar contra la extinción cultural, el desplazamiento forzado y el desastre ecológico y económico (Ginsburg 1991). Ambos campos están plenamente identificados con la antropología visual practicada en la región, por tanto, los entendemos como campos

diferentes (al respecto se pueden consultar otros capítulos de este mismo libro). Con ello marcamos un lindero: nos propusimos reunir e interpretar estudios relacionados con medios electrónicos y digitales masivos como identificadores de una antropología de los medios, distinguida de la antropología visual clásica. Lo mismo que con el marco temporal utilizado: establecimos 1990 como año de inicio para la búsqueda, momentos previos a la apertura de internet para uso público, y 2020 como año de cierre de edición.

Los resultados obtenidos se exponen en su totalidad en la sección cuarta de este estudio, lo cual nos permitirá mencionar a cada estudio uno por uno. Haremos previamente un ejercicio de agrupación en cuatro líneas temáticas, con la finalidad de tender rutas de trazabilidad que permitan su seguimiento, lo mismo que pistas para futuras indagaciones. Estas líneas temáticas han venido perdurando desde entonces, aunque en condiciones de desarrollo tenues e intermitentes. No es que sean proyectos temáticos aislados. En alguna medida, estos proyectos, que se pueden contar con los dedos, se consideran continuidades en el largo plazo.

La primera de las cuatro líneas ya se mencionó: es la de antropología y globalización, no podía ser de otro modo con el peso que tienen en la academia global los autores mencionados Néstor García Canclini, Gustavo Lins Ribeiro o Rita Segato. La hibridez, expresión de identidad y manifiesto cultural, marca un derrotero que ha trascendido, con justicia, los ámbitos de los estudios de antropología y medios de comunicación para influir en las ciencias sociales y los estudios críticos, en su totalidad, de forma gravitante.

Bajo la égida de ello, se puede apreciar el desarrollo posterior de una segunda línea de trazabilidad como es la de constitución de comunidad, en donde sobresale la obra de Rosalía Winocur. Es acaso la autora más consistente que produce inequívocamente sobre la constitución de culturas públicas formadas en ámbitos de alcance de medios de comunicación, con particular atención en la radio, así como en el uso de teléfonos móviles. En esta línea, hay estudios como los de Oscar Grillo o Carmen Godoy, que aportan hallazgos etnográficos para casos de pueblos mapuche de Argentina y Chile. Ambos se aproximan a lo comunitario con investigaciones que

evidencian la reconstitución de identidades étnicas y memorias ancestrales revitalizadas en el marco de prácticas de comunicación emergentes como las que propicia internet.

La hibridez de identidades locales y lenguajes globales pautados por los medios, así como la emergencia de memorias vivas en las prácticas cotidianas desplegadas en entornos mediados son, pues, los grandes temas iniciales de una antropología de comunicación en curso en la región. Sus materias académicas, por cierto, se dan en sintonía con similares desarrolladas por autoras referenciales que por el mismo tiempo producían investigaciones en inglés, por ejemplo, Ingrid Kummels (2018) y sus trabajos sobre los ayuujk en México o Gabriela Zamorano (2017) para el caso aymara en Bolivia. Ambas desarrollan etnografías publicadas con sellos editoriales de rotación global, con lo que marcan el liderazgo en cuanto a la reflexión sobre la constitución de comunidad mediada en Latinoamérica, así como en sus revitalizaciones narrativas y de memoria común.

Una tercera línea, consistente con las dos primeras, es la de antropología y el cambio cultural generacional, aparejado con la emergencia de nuevas culturas juveniles. Entonces, autores como Jonatas Dornelles (2004) en Brasil o Betty Martínez (2006) en Colombia ingresan en el nuevo campo expresivo de los chats como una arena antropológica que se agrega al trabajo participativo y que da cuenta del desarrollo de nuevas herramientas metodológicas, al igual que lo realizaban por entonces en Estados Unidos o España Gabriella Coleman (2012) y Mayans i Planells (2009). Se suman a ellos autores como Marian Moya y Jimena Vázquez (2010), quienes, desde el análisis crítico, exploran la construcción del conocimiento y las nuevas formas de sociabilidad que las tecnologías están habilitando.

Encontramos también una cuarta línea de continuidad relacionada con las culturas participativas, el activismo ciudadano y los compromisos políticos. Así, realidades tan explícitas como la extendida afición por las culturas pop coreanas o *k-pop*, el manga y el animé japoneses –o el *fandom* asociado con series transmedia de culto o cultura popular mediática, como *The Walking Dead*– se manifiestan como las iniciativas regionales que exploran estas olas expansivas en todo el mundo. Casos como los de Victoria Molnar (2014) en Argentina o Johanna Montauban (2019) en

Perú auscultan ya no solo los discursos y visualidades identitarias que practican, sino también las industrias creativas que propician; ello, en tensión con las todopoderosas casas matrices que se están viendo forzadas, con beneplácito, a cohabitar con estas radicales movilizaciones. En este orden participativo también se adscriben otras movilizaciones de índole ciudadano, de distinto signo, como las que consigna Pilar Muñoz (2015), relacionadas con causas de defensa ambiental, o las de Alicia Olave (2012) en Chile y Raúl Castro-Pérez (2019) en Perú sobre política residencial. Cabe mencionar a Gerardo Caballero (2019), con su trabajo de "Ni una menos", y a Daniela Meneses (2019), con su abordaje del movimiento conservador "Con mis hijos no te metas", quienes, desde otras procedencias disciplinarias, hacen uso de la etnografía o el análisis antropológico para dar cuenta de estas vigentes movilizaciones de carácter moral.

¿Qué entendemos por *antropología de los medios de comunicación*? Una antropología de los mundos sociales contemporáneos

El curso de estas cuatro líneas continuas en los estudios de antropología y medios latinoamericanos –globalización y culturas híbridas, construcción de comunidad, cambio generacional, y culturas participativas y activismos políticos, así como la actual centralidad de las discusiones– nos permiten plantear la idea de que la antropología de los medios de comunicación es en sí misma una antropología de los mundos sociales contemporáneos. Toda vez que buena parte de la vida social significativa se constituye en entornos mediados, y muchos de los actuales sentidos de la vida en común se propician en ellos, parece fundamental entonces definir: ¿de qué hablamos cuando hablamos de *antropología de los medios de comunicación*?

Proponemos definirla como una antropología de los mundos sociales contemporáneos, habilitados en y por entornos mediados, y en los cuales se establecen sociabilidades gracias a la habilitación de gamas de referencias simbólicas y culturales transmitidas a gran escala por medios de comunicación masiva (Pink et al. 2019). Estas sociabilidades se formulan como

prácticas de institucionalización de culturas públicas ampliamente compartidas, estableciéndose en calidad de rutinas y experiencias recurrentes, gracias al carácter ritual de sus ocurrencias y su influencia determinante en el orden social (Couldry 2003). Constituyen, así, mundos sociales medialmente habilitados, con comunidades nacionales inmersas en campos de interlocución y dinámicas informativas y de opinión a los que se accede gracias al uso intensivo de medios. Se despliegan en comuniones extraordinarias –como las audiencias nacionales ante un mensaje presidencial o un partido de la selección de fútbol– o también cotidianas –como discusiones sobre temas de actualidad en Twitter–, dándose todos ellos como *performances* ceremoniales, con repeticiones litúrgicas y pautas plenas de referencias comunitarias, conformando rituales de transmisión cultural de sentido fuerte (Osorio 2005). Estas comuniones conllevan amplias experiencias de identidad para los grupos humanos involucrados, ciertamente y, por lo mismo, hay siempre en ellas tensiones propias de narrativas en disputa, como las que encuentra Gisela Cánepa en la creación y el uso social de la "marca país" en Perú. Cánepa y Lossio Chávez entienden el *nation branding* como un campo de interlocución argumentativo, que se activa masivamente con relatos publicitarios elaborados desde el Estado y se problematiza luego con voces de ciudadanos y grupos en contienda, quienes o los adoptan por afinidad o los contestan críticamente (Cánepa y Lossio Chávez 2019).

Pink et al. (2019) introducen el concepto crítico de *mundo social* como una categoría analítica y serán sus alcances los que nos permitirán desarrollar una heurística sobre las realidades comunales en revisión. Una antropología de las sociabilidades mediadas, del mismo modo, nos facultará interpretar estructuras sentimentales de largo alcance y perduración en las sociedades locales y nacionales contempladas, capaces de definirnos y de darnos razón de ser en cuanto colectividades. Por tanto, lo que observaremos en las sociabilidades mediadas serán prácticas sociales concretas por parte de asociaciones que construyen conjuntamente sus autorrepresentaciones y que refrescan relacionamientos históricamente acendrados en su participación en los relatos y discursos que comparten. Ejemplos de estas sociabilidades son las distintas constelaciones de colectivos feministas y

de minorías étnicas o sexuales, tanto como activismos políticos masivos (progresistas, reivindicativos o conservadores) o como identidades juveniles emergentes, todas ellas con sus propias historias y posibilidades de ser sostenibles en el tiempo.

Vale entonces señalar, en este nivel, nuestro propósito en perspectiva metodológica. Ofrecemos un recuento de estudios basados en etnografías de audiencias o de comunidades de usuarios sobre la base de trabajos de campo sistemáticamente recogidos y que reflexionan, principalmente, sobre la actual condición del carácter "conectado" o conectivo (Bennet y Segerberg 2014) del ser humano, propia, asimismo, de una condición de "conectividad" (Van Dijck 2016). En esa perspectiva analizamos trabajos realizados con clásicas exploraciones de campo de largo aliento, y también ejercicios de etnografía digital que los autores realizan mediante la observación sistemática de afinidades y ritualidades *online*.

En la actualidad, más de la mitad de los seres humanos en el planeta usan plataformas digitales de comunicación y Latinoamérica no es la excepción. La condición conectiva se debe a que las personas experimentan en nuestro continente un estimado de 8 horas y 48 minutos inmersas en distintos medios (impresos, electrónicos y digitales), en sus rutinas diarias,[5] con lo cual la experiencia social de la "copresencia" (Pink et al. 2019), como práctica regular, ya está instalada en la vida cotidiana de los latinoamericanos. Las tecnologías de la información de hoy habilitan, consecuentemente, formas "remotas" de la experiencia social (Saxer 2019), con igual carácter de alta significación para las personas que lo experimentan de forma presencial.

La antropología de los medios frente a la antropología visual. Diálogos de "cultura expresiva" entre ellas y la etnografía de audiencias o públicos en red como diferencia

En *Anthropology and Mass Communication. Media and Myth in the New Millenium* (uno de los estudios fundacionales de la subdisciplina), el

[5] "Latin America time spent with media 2011-2021", Zenith Statista, 2021.

antropólogo Mark Peterson expone con claridad las cualidades interpretativas que la caracterizan:

> Es un punto de inicio considerar la comunicación mediada o mediática [los *media* en la versión original del autor] como una forma de *cultura expresiva* que tomamos para darle significado al despliegue público de símbolos o puesta en escena de prácticas sociales con carácter *performático* (Peterson 2003, 18).

Peterson sigue así el camino trazado por William O. Beeman en el uso del término *cultura expresiva* para referirse a aquellas instituciones y prácticas por medio de las cuales las personas hacen públicos, exponen o manipulan materiales simbólicos con la implícita (o explícita) expectativa de que otros individuos sean directamente afectados con tales presentaciones (Beeman citado en Peterson 2003).

La antropología de los medios, en su sentido contemporáneo, se diferencia de la visual por su carácter mediado y amplitud de escala de la experiencia compartida, lo mismo que por el repertorio de significaciones que de este carácter mediado se deriva. Pero a la vez ambas comparten una epistemología amparada en conceptos matrices, por ejemplo, el de *interpretación de la cultura*, que autores como Clifford Geertz (2008) formulan facultativamente. Se aproximan ambas, por tanto, a la imagen cultural como unidad de análisis por excelencia, y como medio de comunicación mismo (Ardèvol y Muntañola 2004). Es decir, conforman campos interpretativos de lectura común, y en los cuales confluyen en su quehacer analítico, pero difieren en lo que toca a alcance y escala, que es masiva, lo mismo que en la experiencia mediada.

Con esta perspectiva diferenciada, creemos que adoptar experiencias sociales en entornos digitales –propias de la vigente cultura de la conectividad (Van Dijck 2016), es decir, dada en plataformas y sitios de relacionamiento social (llamados comúnmente "redes sociales")– marca aún más la especificidad de la subdisciplina de la antropología de los medios frente a la antropología visual. La condición mediada permite también desplegar sociabilidades sincrónicas en realidades simultáneas, es decir, que una persona pueda estar

en experiencias sociales distintas al mismo tiempo, haciendo que la dimensión espacial de esta experiencia se torne de importancia relativa. En otras palabras, puede estar en vivo en un evento, pero participando de reuniones en otro evento por vía remota, mientras comenta animadamente historias en grupos de chat. Esta perspectiva que relativiza tiempo y espacio nos permite, por ejemplo, sopesar el "viaje" de cultura expresiva, como la de los bailes folclóricos bolivianos por medio de YouTube (Sigl 2011), entre comunidades dispersas en el mundo. También nos permite investigar relaciones sentimentales a distancia mantenidas durante años con el *social media* (Winocur 2013), los emprendimientos marcados por la permanente interactividad con los clientes (García Canclini, Cruces y Urteaga 2012) y, en general, nuevos órdenes sociales en términos de estatus y significado para los jóvenes, como los hallados por Francesca Uccelli y Mariel García Llorens en *Solo zapatillas de marca* (2016).

La experiencia humana en contextos mediados

La articulación de públicos en red, sus conexiones y compromisos, mediante plataformas portables y efectivas en, literalmente, la palma de la mano de los ciudadanos permite mantener en vigencia prácticas de cultura expresiva en el sentido fuerte, que se pueden englobar en el histórico concepto de *mediación* propuesto por Jesús Martín-Barbero, actualizada ahora como *mediatización*. Desde que Martín-Barbero desarrollara sus ideas fundacionales, se entiende *mediación* como una forma particular de construir lenguaje, narrativas y órdenes culturales en grupos humanos en constante transformación gracias a su concurrencia en espacios de comunicación. Martín-Barbero (1993) sostenía, por ejemplo, que la modernidad de Latinoamérica, sobre todo la de la vida cotidiana de sus sectores populares, se sustentaba fuertemente en la experiencia compartida que propiciaban los medios de comunicación masivos, logrando no solo procesos de conocimiento, sino también de reconocimiento de los mencionados sectores populares gracias a su presencia proyectada en ellos. Así, indígenas, campesinos y grandes capas de ciudadanía mestiza han venido transformando

las narrativas principales en sus respectivos países, mediante la experiencia de participar de culturas expresivas de carácter híbrido, local-popular, en confluencia con tendencias internacionales (García Canclini 2001). Por ello, Martín-Barbero enfatizaba en el uso de la etnografía para conocer de primera fuente estas transformaciones. Y marcaba, asimismo, las diferencias entre el proceso modernizador de dichas clases populares con las de las clases medias europeas, en cuanto al acceso, en calidad y cantidad, lo mismo que en repertorios de símbolos y significaciones.

Hoy la comunicación de plataformas y de relacionamiento social por redes digitales instala nuevas prácticas de cultura material, por lo que, al igual que en los años noventa, renovamos nuestra atención en el estudio de prácticas públicas ciudadanas. En diálogo con Couldry (2008), e inspirados en la obra de Martín-Barbero en cuanto criterio fundacional, proponemos entonces establecer que la realidad de la mediación, retrabajada por el primero como mediatización, no solo conduce a la formalización de un orden ya conocido (estatus, prestigio social y razón de ser en las personas), sino también al estudio de sus prácticas organizativas y de sus instituciones mismas. Hay en ellos despliegues dramatúrgicos y narrativos de sociabilidades emergentes y consistentes, como también *performances* ritualizados que, hoy en día, constituyen repertorios ciudadanos para todos los signos políticos e ideológicos. A decir de Couldry (2003), la acción mediatizada propicia el establecimiento de un "mito del centro mediático", por el cual, si un evento es mediatizado, entonces, es relevante. Y a la inversa: es relevante porque es susceptible de ser mediatizado. Una validación tautológica que estaría marcando la actual condición humana en tensión con una "transformación de la visibilidad" (Thompson 1998).

En este escenario, en donde la experiencia mediada y su estudio etnográfico son teórica y metodológicamente definitorios para nuestra subdisciplina, conviene referirnos brevemente al contexto presente de encendida protesta social y alta polarización política que experimentamos en el continente. En línea con los preceptos reflexivos de este recuento, nos preguntamos: ¿pueden los movimientos y las movilizaciones sociales actuantes en esa protesta transformarse, ampliarse o intensificarse en la condición de conectividad permanente en la que se desarrollan? El número especial de

la revista *Anthropologica*, de la Pontificia Universidad Católica del Perú, de 2019, dedicado a la antropología de los medios, presenta algunas pesquisas al respecto.

Con base en el estudio etnográfico de movilizaciones ciudadanas como las de "Ni una menos", que busca acción activa del Estado y la sociedad contra la violencia de género (Caballero 2019) o al de la plataforma "Alerta de policías" con cámaras de seguridad, que levanta novedosas banderas de política residencial y acción contra la corrupción municipal (Castro-Pérez 2019), se sabe que la construcción de su gravitante carácter público se realiza gracias a la mutua articulación entre arquitecturas de plataformas de socialización, con prácticas expresas de culturas participativas con vital encendido ciudadano.[6] En ello juega un rol primordial el fenómeno que Paulo Gerbaudo (2017) refiere como el surgimiento de los *social media teams as digital vanguards*, esto es, comunidades de tecnólogos sociales expertos en el manejo de plataformas claves: Facebook, Twitter, y ahora Tik Tok, así como activistas de datos (Postill 2018), quienes constituyen campos de acción en emergencia de carácter *poplítico* (Castro-Pérez 2019). En este contexto recuperamos una definición ensayada, que considera a la "*poplítica* como la expresión de una forma de ejercer participación ciudadana con las claves de la cultura pop propia de los medios de comunicación, en particular, con los códigos y lenguajes del *social media*" (Castro-Pérez 2019, 180).

Estas y otras claves de entendimiento del desarrollo de la antropología de los medios en América Latina y sus principales líneas temáticas serán retomadas de forma ampliada en las siguientes secciones. Entre tanto, lo expuesto ha buscado mostrar, inicialmente, un panorama de teorías y marcos epistemológicos vigentes en nuestro campo de estudio, así como la influencia de estas teorías y marcos en las prácticas antropológicas en nuestro continente. Creemos posible afirmar, por tanto, que hay una continuidad entre ambos niveles (la aproximación generalista y la local), situación que se pondrá más de manifiesto cuando pasemos a analizar el catálogo de

[6] Sobre las prácticas de carácter público en plataformas, se puede consultar una prolífica bibliografía de autores como Gabriella Coleman, Verónica Barassi, John Postill o Jeffrey Juris, entre los antropólogos, y Anastasia Kavada, Paulo Gerbaudo o Emiliano Treré, entre quienes realizan estudios políticos de medios.

trabajos identificados en nuestra búsqueda. ¿Cómo se ha venido incorporando la antropología de los medios en la producción de conocimiento en la región y qué queda por hacer aún en el campo? A continuación, un estado del arte.

Estado del arte en Latinoamérica: publicaciones entre 1990 y 2020

No es de extrañar que mucha de la investigación sobre antropología de los medios en Latinoamérica y el Caribe se escriba en idioma inglés (Haynes 2016; Pertierra 2011; Horst y Miller 2005, entre otros), generalmente por europeos y norteamericanos, pero también por latinoamericanos que escriben en ese idioma (Gómez Cruz 2016; Salazar 2009; Osorio 2005, entre otros). Por ello creemos relevante la pregunta que aquí formulamos: ¿qué hemos escrito desde nuestra región sobre antropología de los medios (a) en español y portugués, (b) en libros y revistas o (c) en repositorios académicos de acceso abierto? Es una pregunta cuyo propósito busca tener una visión más amplia del conocimiento generado por la antropología sobre los medios en y desde Latinoamérica.

Nuestra referencia más antigua es de 1995, cuando Gustavo Lins Ribeiro publica "Internet e a emergência da comunidade imaginada transnacional", basado en un trabajo presentado en 1994 en la American Anthropological Association. Su preocupación en aquel momento es la globalización, basado en los trabajos de Appadurai y Anderson, que tanto influyeron en los años noventa, así como en Arturo Escobar y su ahora clásico concepto de *cibercultura*. En sus palabras: "Ao interesse por compreender a influência da computação na construção da subjetividade e na emergência de novas formas de capitalismo e poder" (Lins Ribeiro 1995, 185). En 1996 publica una continuación de sus pensamientos, donde aparecen palabras como videojuegos, juegos de rol y redes virtuales.

Del mismo año de 1995 es el texto de Rita Segato "The Economies of Desire in Virtual Space", publicado en *Série Antropología* de la Universidad de Brasilia. Su tema es el cristianismo y los temas bíblicos, pero

en esa época la gente comenzaba a debatir por internet. En sus palabras "mi intención era indagar la naturaleza de las relaciones propiciadas por internet y comprobar cómo una dada tecnología se imprime y modifica la expresión y el carácter mismo de las adhesiones de fe y del enfrentamiento entre credos distintos" (149).

No encontramos más textos hasta 2001, cuando la antropóloga Rosalía Winocur publica "Redes virtuales y comunidades de internautas". Es solo para indicar uno de sus muchos trabajos en el área, como por ejemplo los libros *Ciudadanos mediáticos* (2002) y *Pensar lo contemporáneo* (Winocur et al. 2009), por nombrar algunos. O su artículo de 2013 "Etnografías multisituadas de la intimidad *online* y *offline*". Es tan extensa su obra que no tenemos espacio para hablar de sus contribuciones, pero es justo decir que es la antropóloga latinoamericana que más investigaciones tiene en el área.

En 2003, Carmen Godoy publica "Sitios mapuches en internet: reimaginando la identidad", un artículo para la *Revista Chilena de Antropología Visual*. La autora afirma que, en el contexto del conflicto chiapaneco de 1994, el movimiento indígena de Chiapas fue uno de los primeros que usó las redes sociales tal y como hoy las conocemos. Entonces, Godoy se pregunta si lo mismo es aplicable a los mapuches posteriormente. La pregunta de Godoy es si "la utilización de una herramienta comunicacional, como la red, permite reelaborar una identidad cultural" (Godoy 2003, 60), para lo cual analiza cuatro sitios web. Su conclusión es que el "ciberespacio como un medio de comunicación [...] no ejercería una influencia decisiva en la configuración de una identidad cultural" (83), al menos como hipótesis, pues manifiesta no tener los datos suficientes en ese momento. Vale decir que esta revista es pionera en la reflexión de la antropología visual en la región, pues en sus páginas se ha venido apreciando el despliegue temático y las principales tendencias reflexivas en el campo a lo largo del tiempo.

En 2004, Jonatas Dornelles publica "Antropologia e Internet: quando o 'campo' é a cidade e o computador é a 'rede'" en la revista *Horizontes Antropológicos*. Basado en su trabajo de campo en Porto Alegre entre 2001 y 2003, estudia el chat Porto Alegre, que en ese tiempo era administrado por la empresa Terra, dado que los jóvenes de la ciudad habían cambiado

su forma de sociabilidad usando los chats desde los computadores (en ese tiempo, obviamente, sin celulares tipo *smartphones*). Su conclusión es que "podemos pensar em ser a sociabilidade virtual cultivada via Internet um tipo de movimento urbano que leva à formação de comunidades" (Dornelles 2004, 269). En su texto ya cuestiona la diferencia entre la vida *online* y *offline*.

La siguiente referencia es de 2005, cuando Rodrigo Araya publica "Internet, política y ciudadanía". Su pregunta es "si están cambiando las relaciones entre los gobiernos y ciudadanos con la incorporación de internet en las prácticas cotidianas" (Araya 2005, 56). Su respuesta fue claramente afirmativa y utilizó el concepto de *democracia electrónica* o la importancia de los blogs (usó la palabra *weblogs*). Su visión era optimista, pues pensaba que internet fortalecería la democracia, no como Cambridge Analytica lo demostró más tarde (recordemos que se trató de una empresa que recolectaba información de usuarios en Facebook, a quienes después les hacía llegar propaganda personalizada a favor de candidatos o partidos políticos, tanto en Estados Unidos como en el Reino Unido).

En 2006, Betty Martínez publica *Homo digitalis: etnografía de la cibercultura*, un trabajo sobre estudiantes universitarios en Colombia y el impacto de los chats en sus formas de socialización. Su acento estaba en los posibles cambios en la construcción de la identidad de esos estudiantes, a lo cual concluyó que efectivamente se producen nuevos vínculos sociales y, por lo tanto, se produce un cambio cultural en el que la antropología debe poner atención.

En 2010, Marian Moya y Jimena Vázquez publican "De la cultura a la cibercultura", que ya hacía un llamado: "La antropología no puede permanecer ajena a estos desarrollos tecnológicos" (76). Su reflexión es teórica, analizando los aportes de los conceptos de *cibercultura*, *mediación tecnológica*, *producción*, *tiempo* y *espacio*.

En 2011, Gladys Ortiz publica "L@s jóvenes y su relación con la red internet", una reflexión bibliográfica sobre investigaciones en jóvenes y tecnología, que termina haciendo un llamado a la antropología mexicana para estudiar desde la cultura un área dominada por la psicología. En este mismo año la antropóloga argentina Carolina Di Prospero publica

"Autopresentación en Facebook", que estudia la subjetividad a través de la autorrepresentación del yo en esa red social. Su conclusión provisoria es que "las redes sociales pueden estar ayudando a construir (junto con otra cantidad de fenómenos actuales) un nuevo ideal del yo contemporáneo" (Di Prospero 2011, 51). En 2017 también publica "Antropología de lo digital", un artículo más teórico sobre el trabajo de campo que aborda objetos digitales.

En 2012, la antropóloga de Costa Rica María del Carmen Araya estudia a los vendedores ambulantes, especialmente cómo los organismos de gobierno usan páginas web para desprestigiar el comercio ambulante y cómo se produce en el *ciberespacio* el movimiento contrario de reivindicación. Es una lucha en la web entre grupos que tratan de crear un imaginario a favor o en contra de los vendedores ambulantes en Costa Rica en el contexto de la valorización del patrimonio cultural. En palabras de la antropóloga: "si bien es cierto que la voz de los vendedores ambulantes está mediatizada [...], las palabras e imágenes que estos presentan posicionan su rostro humano y fuerza moral" (Araya 2012, 216).

En 2013, Oscar Grillo publica el libro *Aproximación etnográfica al activismo mapuche*, basado en su trabajo de campo de 2004 sobre el activismo de las organizaciones mapuches en Chile y Argentina a través de internet. En él analiza las estrategias y prácticas mediáticas indígenas. En un contexto más amplio, es una obra sobre movimientos sociales.

Entre 2014 y 2016 no hemos logrado encontrar nuevos investigadores que escriban artículos sobre antropología de los medios, hasta 2017, cuando el antropólogo colombiano Nicolás Aguilar-Forero publica "Ciberactivismo y olas de agitación comunicativa. Consideraciones etnográficas", sobre la base de su trabajo de campo entre 2012 y 2014 con una organización de derechos humanos en Bogotá. Su conclusión es que "las tecnologías digitales y los mundos virtuales tienen enormes potencialidades [para] canalizar las energías de la confrontación y el disenso, reorientándolas hacia el gesto solidario, la acción política y la construcción de lo común" (2017, 145).

Un cambio importante ocurre en 2019, cuando la revista *Anthropologica*, editada por la PUCP, publica un número especial titulado "Medios de comunicación, cultura y cambio social", coordinado por Raúl Castro-Pérez. Lo interesante de esos artículos es que surgen desde la MAV, impartida por la misma universidad. Son once trabajos que se agrupan en las temáticas de cultura popular, activismo político, movilización *online*, identidades y dinámicas sociales. Aquí ya aparecen estudios sobre *youtubers*, *influencers*, series como *The Walking Dead*, el movimiento "Ni una menos", los memes e Instagram.

Desde la Maestría en Antropología de la Universidad de Chile también se han escrito cuatro tesis sobre medios digitales. Raad (2004) escribió sobre juventud y socialización en la comunidad: "Los archivos secretos X Chile" (en ese momento una página web). Palenzuela (2013) lo hizo sobre participación política en redes sociales. Campos (2015), sobre el grupo de Facebook "#Yo No Presto el Voto", que buscaba la abstención en las elecciones presidenciales en Chile. Y Muñoz (2015), sobre Twitter y Facebook en el tema de la protesta ambiental. En la Licenciatura en Antropología de la Universidad de Chile también hay dos tesis. La de Orrego (2017), sobre cómo los adultos de mediana edad usan Facebook; y la de Olave (2012), sobre la protesta ambiental organizada desde Twitter y Facebook.

La revista de humanidades y ciencias sociales peruana *Desde El Sur*, de la Universidad Científica del Sur, publica también, desde 2020, artículos de investigación antropológicos de las "culturas de la conectividad", explicitando su interés en prácticas emergentes de aprendizaje colaborativo y en experiencias de agregación social en plataformas y medios de comunicación. Uno de los artículos se titula "Dinámicas e identificación grupal de *gamers* en Lima. El caso de competitividad en el videojuego *League of Legends*" (Toykin 2020), y aborda etnográficamente sus masivos juegos en festivales y cabinas de centros comerciales, identificando temas de representación, *performance* y masculinidad en jóvenes de la ciudad. El segundo es "Desconfianza, regímenes de verdad, conspiraciones y montajes en el contexto de la covid-19 en México" (Murillo 2020), que examina videos, imágenes y memes durante la pandemia, dando cuenta de su uso como "géneros discursivos" y como vehículos de emociones compartidas y movilizadas a gran escala.

Entonces, ¿qué hemos estudiado en Latinoamérica desde la antropología de los medios? Una posible hipótesis, de acuerdo con los datos recogidos, es que nuestra investigación va al compás de los tiempos, es decir, estudiamos muchas de las tecnologías que existen en el presente de los investigadores; estudiamos los temas que son comparables con otras regiones y recurrimos a los mismos autores como referentes, todo lo cual indica que nuestra antropología de los medios es parte de la ciencia antropológica global. Pero esta es una conclusión tentativa, como se verá cuestionada más adelante en las secciones de este texto. Nos han interesado la juventud, la identidad, la política, la sociabilidad, los mercados, el cambio social, el medio ambiente o los adultos, por nombrar algunos temas. Hemos usado metodologías clásicas como la observación participante, pero también nuevas como la etnografía digital (virtual, netnografía). Estamos al tanto de toda la discusión teórica global y, por ende, tenemos acceso a todos los conceptos y teorías existentes (y usamos todo ello). Contamos con excelentes profesionales que han realizado valiosas contribuciones desde la antropología de los medios en la región.

Sin embargo, pese a la centralidad de internet y a la tecnología asociada latinoamericana hoy, las investigaciones que los antropólogos han desarrollado al respecto son pocas, tenues e intermitentes, como ya se dijo. La propia manera de trabajar de la antropología está cambiando y, dado que la disciplina tiene como una de sus misiones trabajar en su presente, queda muy clara la tarea de indagar los porqués de esta situación en el paisaje científico por abordar. Pero hay cambios. La nueva generación está escribiendo más al respecto. Ahora su producción se manifiesta en tesis de licenciatura, maestría y doctorado, y ya comienzan a aparecer con más fuerza sus artículos en revistas y diversos documentos en plataformas de acceso abierto.

La antropología de los medios y las academias de los mundos sociales de Latinoamérica

Latinoamérica ha dado al mundo investigadores que, gracias a sus trayectorias de excelencia, hoy son referentes de los estudios sociales sobre los medios. Néstor García Canclini y Jesús Martín-Barbero, como mencionábamos, son claros ejemplos de esta representatividad. Por cierto, existen en nuestra región estudiosos en el campo de la antropología de los medios que podrían aspirar a sucederlos. Sin embargo, tal y como lo demuestra el rastreo bibliográfico realizado, se advierte que además de su reducido número, carácter tenue e intermitencia, sus investigaciones adolecen de cierta dispersión en los enfoques, aun cuando las cuatro líneas temáticas identificadas permiten hablar de alguna continuidad. Cabe preguntarse entonces acerca de su corto número y dispersión de perspectivas. ¿Por qué no hay escuelas de pensamiento consistentes acerca de los públicos en red en nuestras academias? ¿Por qué no se ha profundizado el estudio de la hibridez y la cultura popular, que fueron en algún momento sus tópicos más sonados? Valdría preguntarse, asimismo y ante todo, ¿para qué una antropología de los medios en Latinoamérica?

Respondamos entonces la pregunta del "para qué", para luego entender los "porqués". Tradicionalmente, la investigación académica de nuestra región ha priorizado problemáticas como la pobreza y la desigualdad estructural, así como los fenómenos asociados a ellas: inseguridad, desequilibrios de género, avasallamiento de derechos políticos, sociales y económicos, violencias de todo tipo, y la falta de acceso a los servicios básicos, tales como la salud, la educación, la nutrición adecuada y los sistemas sanitarios. Sin embargo, muchas de las representaciones de estos fenómenos no solo son vehiculizadas, sino también modeladas, apuntaladas y a menudo fijadas en los imaginarios sociales por los medios de comunicación. El aporte de la antropología de los medios, entonces, resulta clave para comprender a cabalidad cómo se están construyendo estas representaciones en los medios. Es decir, con qué agencias y al servicio de qué agendas se elaboran las representaciones para también problematizar y desarticular, con esta comprensión, los estereotipos y las construcciones simbólicas que estigmatizan

o invisibilizan a las poblaciones que las sufren, con la consecuente legitimación de esas mismas situaciones de atención asimétrica y desigualdad gracias a un *statu quo* establecido.

De este orden de cosas se desprenden las razones del desinterés por agendas permanentes o escuelas de pensamiento para una antropología de medios en la región. La producción intelectual sobre el Sur se genera tanto en el Norte como en el Sur. No obstante, la peculiaridad notoria es que nuestros intelectuales latinoamericanos generalmente abordan temáticas referidas a sus propios contextos de origen, aplicando modelos teórico-metodológicos procedentes de centros académicos líderes en el mundo, sin diálogos o transformaciones. Aunque nuestros investigadores accedan a una formación de excelencia, su foco de interés se orienta siempre a desarrollos epistémicos hechos sobre la base de propuestas teóricas elaboradas en dichos centros líderes, por lo general del Norte globalizador. Latinoamérica en sí sigue siendo abastecedora de riqueza etnográfica singular, pero no se destaca (aún) como fuente de teorías antropológicas de fuste.

Otro asunto relacionado con estas tendencias es el idioma inglés como *lingua franca* académica. El reconocido antropólogo noruego Thomas H. Eriksen advierte sobre esta cuestión:

> La lengua inglesa detenta una hegemonía indiscutida en la antropología contemporánea y domina en publicaciones, conferencias y listas de lectura sobre el tema. En efecto, las publicaciones en otras lenguas actualmente tienden a reproducir la antropología anglófona, a diferencia de la situación de la primera mitad del siglo XX, cuando las antropologías no anglófonas seguían sus propios itinerarios y agendas. Cuando realicé hace poco una investigación bibliográfica para un libro sobre globalización y antropología, me decepcioné al encontrar mucho menos de lo que yo esperaba del condimento local en las antropologías sobre la globalización en español y alemán. En su mayoría, se referían y discutían las mismas teorías y autores anglófonos como todos los demás, *por lo cual tácitamente admitían su propia identidad injustamente impuesta como académicos periféricos* (Eriksen 2006, xi; cursivas añadidas).

Las agendas, los itinerarios, las teorías, las prioridades temáticas de la antropología anglófona –cuyas urgencias estructurales y coyunturales distan océanos de las condiciones latinoamericanas, por cierto– no deberían limitar nuestras potencialidades, intereses y necesidades investigativas vernáculas.

El trabajo antropológico cuestiona las definiciones de los fenómenos admitidas socialmente, y un objetivo antropológico es identificar a los agentes involucrados en la lucha por dichas definiciones. Los medios de comunicación masivos juegan un rol determinante en la producción de contenidos simbólicos, en su orden, y en los involucramientos que protagonizamos en y sobre nuestros mundos sociales. Se requiere, entonces, analizar y desnaturalizar esos contenidos, así como analizar las prácticas y autodefiniciones de los individuos quienes, viviendo en condiciones distintas, reelaboran esas representaciones y redefinen nuevas prácticas. Necesariamente situados en Latinoamérica, y escribiendo desde Latinoamérica, tenemos que involucrarnos en desplegar esfuerzos para que la antropología de los medios en la región aborde estudios sustentados etnográficamente, determinados histórica y socialmente aquí, y los marque con sus propias categorías analíticas, tal como en su momento lo hicieron Martín-Barbero y García Canclini. Es decir, estudios contextualizados con las formas en que los actores locales otorgan sentidos o hacen uso culturalmente expresivo de manifestaciones y tecnologías canalizadoras de dichas formas.

Las representaciones mediáticas que surgen de esta permanente negociación simbólica constituyen el soporte de innumerables construcciones cuyo abordaje es de alta incumbencia antropológica. La categoría "inmigrante", por ejemplo, está cargada negativamente en casi todos los contextos de fuerte inmigración, y connota ideas de ilegalidad, delincuencia, vagancia, o bien, los "grupos indígenas" retratados –sutil, velada o explícitamente– como inmorales, subdesarrollados, borrachos. Otro ejemplo habitual en informativos, noticieros televisivos y radiales, medios digitales y, por supuesto, en redes sociales, se refiere a los "disturbios" causados por trabajadores (piquetes, marchas, huelgas), como inmanentes a una supuesta condición "violenta" de su gremio, antes que como consecuencias de

negociaciones truncas o reclamos no atendidos. Pese a las urgencias de las realidades concretas locales, la academia latinoamericana tiende a acogerse a marcos interpretativos producidos en otros contextos, y recurre muy poco, o nada, a los pares de sus lados (incluso los de otros "sures"), en su búsqueda por recursos epistémicos y metodológicos. Con las consideraciones éticas de rigor, debemos involucrarnos en la identificación y el ahondamiento de estos procesos con un sello regional específico que atienda a nuestras peculiaridades sociales y culturales, a nuestra medida.

La antropología de los medios, las audiencias y los públicos en red en la creación de una agenda académica para Latinoamérica

Desde la perspectiva de los públicos, se nos ocurre proponer: ¿qué hacen las personas en su vida diaria en relación con los medios? ¿Cuáles son las prácticas significativas de sus audiencias / públicos / usuarios ante la enorme parafernalia mediática que atraviesa asiduamente su existencia envuelta en la ubicuidad mediática, sobre todo desde la explosión digital? En un universo de nuevas expresiones mediáticas (y conceptos asociados) como "*fake news*", "*bots*", "*trolls*", "burbujas" o "sesgos cognitivos", ¿cómo articular estos fenómenos con las herramientas analíticas disponibles como "empoderamiento", "agencia", "resistencia", "contrahegemonía", "actor-red", que han resultado provechosas en los análisis sobre nuestras realidades mediáticas, pero que posiblemente ahora requieran algunos ajustes ante estos nuevos eventos? ¿Cómo relacionan los públicos la información que reciben con sus prácticas políticas y sociales y con las decisiones que toman en su cotidianeidad? ¿Existen efectivamente sesgos cognitivos que incidan significativamente en la recepción de contenidos mediáticos? ¿Están los públicos inmersos en "burbujas de información"? ¿Existen factores diferenciales respecto de cómo estos fenómenos inciden en los distintos sectores sociales? Son muchas las preguntas cuyas posibles respuestas podríamos comenzar a enmarcar con paradigmas y enfoques regionales gestados según nuestras peculiaridades.

Es importante no trazar una línea divisoria tajante entre "los medios" y "el público", especialmente dada la proliferación actual de "contenido generado por los usuarios" a través de múltiples sitios web y plataformas móviles, a menudo compartidas por profesionales y amateurs (Postill 2010). Rodríguez Cano (2018) plantea la necesidad de pensar otro fenómeno que tiene directa injerencia en esta participación de los públicos: la relación dialéctica entre mediaciones corporativas y mediaciones culturales por agregación o afinidades, la cual trae aparejado el papel de los algoritmos en las plataformas digitales. Los algoritmos se imponen de forma disimulada, pero su influencia en los ámbitos social y cultural es insoslayable y el poder a través del algoritmo es ostentado por las empresas biotecnológicas y los gigantes del *software*. El afán comercial, la configuración extractiva de datos, su función como elemento de poder y sus efectos en las prácticas ideológicas deben estar en la base de la problematización del rol de los algoritmos (tema tratado también profusamente en Couldry y Mejías 2022). Según Rodríguez Cano (2018), y de acuerdo con la evidencia empírica, en Facebook las decisiones de los usuarios juegan un rol clave para limitar la exposición a contenido diferente al preferido: los usuarios tienden a formar grupos polarizados, lo cual confirma sus creencias e ignora refutaciones, configurando de esta manera comunidades de pensamiento similar. La antropología permite, gracias a la etnografía, superar una posible (y riesgosa) fetichización del algoritmo, indagando cuáles son las prácticas concretas de los sujetos a partir de su interacción con los medios y determinando cómo se establecen las relaciones sociales mediatizadas por estos dispositivos tecnológicos. Una aproximación interdisciplinaria entre la antropología de los medios, los estudios de ciencias de la comunicación, las ciencias informáticas y las ciencias políticas constituiría una modalidad de abordaje apropiada para comprender estos procesos en el contexto latinoamericano, dada la complejidad y la densidad de estos.

Latinoamérica y el Caribe pertenecen al grupo de países del mundo "en desarrollo" que presenta una moderada tasa de crecimiento anual de su digitalización.[7] Los nuevos recursos digitales permiten acceder a las

[7] Latinoamérica y el Caribe se encuentran en un desarrollo intermedio respecto de otras regiones del mundo en lo tocante a su sistema digital: es una posición más avanzada respecto de África y Asia-Pacífico, pero rezagada respecto de Europa Occidental y del Este, América

experiencias de usuario como productores de contenidos de tales medios, aunque, debido a las condiciones desiguales entre nuestro subcontinente y los países "desarrollados", en la región disminuyen las posibilidades de acceso a los dispositivos que precisamente son necesarios para crear contenido. Andreea Stoiciu explica que los gobiernos deben acometer la creación y utilización de instrumentos de gobernanza electrónica con el fin de mejorar la capacidad electrónica, alentar la utilización de las TIC y la educación a ese efecto, y apoyar el desarrollo de aptitudes en materia de TIC de forma no discriminatoria (Stoiciu 2011). En efecto, las políticas públicas en Latinoamérica deberían contemplar estos desequilibrios a nivel externo (global) y a nivel interno (doméstico) para proveer a los sectores más desfavorecidos (pueblos indígenas, sectores populares urbanos, campesinado, organizaciones de base, etc.) los recursos necesarios para expresarse a través de estas nuevas vías de comunicación digital. El Consejo de Derechos Humanos de la Organización de las Naciones Unidas (ONU) ha reconocido el acceso a internet y a las tecnologías de la información como un derecho universal.[8] Por lo tanto, si el máximo organismo transnacional ha comprendido la relevancia del acceso al recurso digital en cuanto fuerza impulsora para el desarrollo, el compromiso de los Estados es sustancial en lo que respecta a reconocer, visibilizar y, especialmente, garantizar el cumplimiento efectivo de ese derecho. Una antropología de los medios involucrada sería gravitante en este fin.

La antropología de los medios y la etnografía

En épocas pasadas, se percibió que, en la antropología, con investigadores preocupados por la posible pérdida de su "objeto de estudio" en el marco de los procesos de descolonización, hubo pérdida de rumbo. Mientras nos intentábamos reacomodar, otras disciplinas con buen tino y sentido de

del Norte y los Estados Árabes (CAF, CEPAL, Digital Policy y Law Telecom Advisory Services 2020).

[8] Resolución A/HRC/20/L13 (29 de junio de 2012), considerando 2. http://ap.ohchr.org/documents/S/HRC/d_res_dec/A_HRC_20_L13.pdf

la oportunidad se valieron de la etnografía como recurso en sus propios espacios disciplinarios. Tal es el caso de la sociología, los estudios culturales, los estudios de medios, e incluso del *marketing* y la administración de empresas. Por fortuna, hoy hemos recuperado la etnografía, pero posiblemente sea necesario revisar de aquí en más cómo se ha dado esta suerte de rehabilitación, qué medidas habrá que tomar para no temer perderla otra vez y tener claro cómo adaptarla a las nuevas condiciones estructurales y coyunturales en todo el planeta.

Decíamos antes que Latinoamérica y las demás regiones periféricas suelen ser meras proveedoras de escenarios propicios para etnografías. Sin embargo, creemos que nuestras academias regionales cuentan con capitales simbólicos e intelectuales apropiados y adaptados a las realidades locales para generar espacios de producción de conocimiento no solo apropiados a nuestras particulares problemáticas, sino también modélicas de trabajo etnográfico en general.

Gómez Cruz y Ardèvol (2017) sostienen que las etnografías digitales han evolucionado desde la "etnografía virtual", llevada a cabo solamente sobre la pantalla, a disposiciones más integradas, multisituadas y extendidas a multiplataformas complejas. Al mismo tiempo, las etnografías de medios han asumido abordajes más holísticos de los fenómenos mediáticos a partir de una amplia contextualización de la producción y el consumo mediático en la vida cotidiana. Por otra parte, el contenido generado por usuarios provoca cambios en la relación entre "audiencias" y productores de medios. En este entramado de relaciones cotidianas, pero también presentes en el trabajo de campo, un desafío importante para la antropología de medios es aceitar las herramientas epistemológicas y metodológicas, y difundir su utilidad creciente en las comunidades académicas como una entrada muy pertinente para una antropología de los mundos contemporáneos.

Prueba de esto ha sido el contexto de la pandemia reciente, en el que los antropólogos digitales encontramos un nicho de reconocimiento inusitado. Dadas las restricciones sanitarias impuestas por los gobiernos de todo el mundo, la etnografía presencial se tornó inviable. Casi todos los investigadores que trabajamos en antropología visual o de los medios fuimos convocados de un modo u otro a asesorar a nuestros colegas de otras áreas,

quienes, desconcertados por la situación, no encontraban soluciones para encarar sus trabajos etnográficos en la nueva escenografía impuesta por el implacable virus. Estuvimos antes y con mejores herramientas para hacer una antropología de los mundos contemporáneos.

En realidad, muchos de esos mismos antropólogos, sumidos en la ansiedad de no poder operar sobre la realidad etnográfica por constricción objetiva, ya venían apelando al recurso tecnológico. Desde antes de la pandemia, los antropólogos realizaban entrevistas, cuestionarios, registros de interacciones sociales (fotos, videos, enlaces, comentarios en *posts*) apelando al recurso tecnológico, además del establecimiento de los primeros contactos con potenciales informantes a través del correo electrónico o de las redes sociales. Sin embargo, esta utilización de los recursos digitales en etnografía tiene consecuencias sobre el tipo de conocimiento que producimos y la modalidad de relacionamiento con nuestros informantes y otros actores, en el marco de la interacción etnográfica (Estalella y Ardèvol 2010), aspectos que no eran contemplados a conciencia por colegas no especializados en estos temas.

Asimismo, en el afán por superar esas constricciones impuestas por la pandemia, los antropólogos han incursionado en otras prácticas etnográficas no tan difundidas, como la autoetnografía. Lo cierto es que la antropología de los medios tuvo un reconocimiento especial en este contexto y es predecible entonces que esta situación la emplace a un lugar más visible y de clara identificación. Por otra parte, la popularización de estas herramientas tecnológicas en el interior de la comunidad antropológica permitirá promover sus múltiples aplicaciones y ventajas. La implementación masiva de estos recursos entre investigadores contribuirá a promover y hacer visible nuestra disciplina fuera de los espacios académicos (por ejemplo, gracias a la circulación de resultados de investigación por las redes sociales) y, a la vez, abrirá otros canales de financiamiento para proyectos (académicos o extraacadémicos). Lo mismo, posiblemente, con nuevos nichos laborales, ya que otros sectores conocerán qué hacemos y qué podemos hacer para agregar valor a sus actividades.

No olvidemos que este horizonte apenas desplegado está condicionado, asimismo, con las particulares características socioeconómicas, políticas y culturales de la región, en lo que toca a las brechas sociales, como también

a la histórica jerarquización étnico, cultural y de género que sufrimos. Distintos registros en el sector de las telecomunicaciones hacen patentes estas diferencias. Por ejemplo, Srinivasan y otros documentan para el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) que, a fines del año 2021, solo el 60 % de la población de América Latina y el Caribe utiliza internet, lo que deja a dos quintas partes de la población de la región sin acceso a los beneficios de la conectividad digital (Srinivasan et al. 2022). Asumimos, en este escenario, una premisa sustancial para todo trabajo futuro: la de reconocer una realidad con distintas y pronunciadas velocidades en el acceso a los entornos de comunicación, conectividad y alcance de señales, así como en las calidades tan disímiles con las que esas experiencias se dan. Una antropología social comprensiva de su tiempo y realidad, consecuentemente, ha de ser en mucho una antropología de los medios de comunicación desde su base constitutiva. Es hora de planteárselo.

Agradecimientos

Queremos agradecer a los colegas que conformaron el panel de comentaristas de la conferencia "Antropología de los Medios" en el Seminario Internacional "Antropologías Visuales en Latinoamérica: balance y desafíos", donde presentamos una primera versión de este texto. Oscar Aguilera (Universidad de Chile), Dolores Tezanos (Universidad Nacional de San Martín, Argentina), Hugo Chávez Mondragón (Universidad Autónoma de Querétaro, México) y Gabriela Zamorano (Colegio de Michoacán, México).

Referencias

Aguilar-Forero, Nicolás. 2017. "Ciberactivismo y olas de agitación comunicativa. Consideraciones etnográficas". *Íconos. Revista de Ciencias Sociales,* 59: 123-148. https:/doi.org/10.17141/iconos.59.2017.2595

Anderson, Benedict. 1993. *Comunidades imaginarias. Reflexiones sobre el origen y difusión del nacionalismo*. México D. F.: FCE.

Appadurai, Arjun. 2001. *La modernidad desbordada. Dimensiones culturales de la globalización*. México D. F.: FCE.

Araya, Rodrigo. 2005. "Internet, política y ciudadanía". *Nueva Sociedad*, 195: 56-71.

Araya, María del Carmen. 2012. "Antropología del ciberespacio. Dinámica de la exclusión y la inclusión social y vendedores ambulantes". *Reflexiones* 91 (1): 207-219.

Ardèvol, Elisenda, y Nora Muntañola. 2004. *Representación y cultura audiovisual en la sociedad contemporánea*. Barcelona: UOC.

Bennet, W. Lance, y Alexandra Segerberg. 2014. *The Logic of Connective Action. Digital Media and the Personalisation of Contentious Politics*. Cambridge: Cambridge University Press.

CAF (Corporación Andina de Fomento), CEPAL, Digital Policy and Law y Telecom Advisory Services. 2020. *Las oportunidades de la digitalización en América Latina frente al Covid-19*. CAF / Naciones Unidas. https://bitly.ws/XJwa

Campos, Evelyn. 2015. "Movimientos de protesta en internet: un estudio de caso sobre la campaña 'yo no presto el voto' en Facebook". Tesis de maestría, Universidad de Chile.

Castro-Pérez, Raúl. 2019. "'Quería probar que puedo hacer tendencia'. Activismos ciudadanos *online* y prácticas políticas en el Perú". *Anthropologica* 37 (42): 177-200.

Caballero, Gerardo. 2019. "Usos de las redes sociales digitales para la acción colectiva: el caso de Ni Una Menos". *Anthropologica* 37 (42): 105-128.

Cánepa, Gisela, y Félix Lossio Chávez. 2019. *La nación celebrada: marca país y ciudadanías en disputa*. Lima: Universidad del Pacífico / Pontificia Universidad Católica del Perú.

Coleman, Gabriella. 2012. *Coding Freedom: The Ethics and Aesthetics of Hacking*. Nueva Jersey: Princeton University Press.

Costa, Elisabetta, Patricia G. Lange, Nell Haynes y Jolynna Sinanan. 2022. *The Routledge Companion to Media Anthropology*. Londres: Routledge.

Couldry, Nick. 2003. *Media Ritual. A Critical Approach*. Londres: Routledge.

Couldry, Nick. 2008. "Mediatization or Mediation? Alternative Understandings of the Emergent Space of Digital Storytelling". *New Media & Society* 3 (19): 373-391.

Couldry, Nick, y Ulises Mejías. 2022. *El costo de la conexión. Cómo los datos colonizan la vida humana y se la apropian para el capitalismo*. Buenos Aires: Ediciones Godot.

Di Prospero, Carolina. 2011. "Autopresentación en Facebook: un yo para el público". *Revista Latinoamericana de Estudios sobre Cuerpos, Emociones y Sociedad* 6 (3): 44-53.

— 2017. "Antropología de lo digital: construcción del campo etnográfico en co-presencia". *Virtualis* 8 (15). https://doi.org/10.2123/virtualis.v8i15.219

Dornelles, Jonatas. 2004. "Antropologia e Internet: quando o 'campo' é a cidade e o computador é a 'rede'". *Horizontes Antropológicos* 10 (21): 241-271.

Eriksen, Thomas Hylland. 2006. *Engaging Anthropology. The Case for a Public Presence*. Oxford: Berg.

Estalella, Adolfo, y Elisenda Ardèvol. 2010. "Internet: instrumento de investigación y campo de estudio para la antropología". *Revista Chilena de Antropología Visual*, 15: 1-21.

García Canclini, Néstor. 2001. *Culturas híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad*. Barcelona: Paidós.

García Canclini, Néstor, Francisco Cruces y Maritza Urteaga, coords. 2012. *Jóvenes, culturas urbanas y redes digitales. Prácticas emergentes en las artes, las editoriales y la música*. Barcelona: Ariel.

Geertz, Clifford. 2008. *La interpretación de las culturas*. Barcelona: Gedisa.

Gerbaudo, Paolo. 2017. "Social Media Teams as Digital Vanguards: The Question of Leadership in the Management of Key Facebook and Twitter Accounts of Occupy Wall Street, Indignados and UK Uncut". *Information, Communication & Society* 20 (2): 185-202.

Getino, Octavio, y Fernando Solanas. 1969. "Hacia un tercer cine: apuntes y experiencias para el desarrollo de un cine de liberación en el Tercer Mundo". *Hojas de Cine: testimonios y documentos del Nuevo Cine Latinoamericano*: 29-62.

Giddens, Anthony. 2000. *Un mundo desbocado. Los efectos de la globalización en nuestras vidas*. Madrid: Taurus.

Ginsburg, Faye. 1991. "Indigenous Media: Faustian Contract or Global Village?". *Cultural Anthropology* 6 (1): 92-112.

Godoy, Carmen. 2003. "Sitios mapuches en internet: reimaginando la identidad". *Revista Chilena de Antropología Visual*, 3: 59-83.

Gómez Cruz, Édgar. 2016. *Digital Photography and Everyday Life*. Londres: Routledge.

Gómez Cruz, Édgar y Elisenda Ardèvol. 2017. "Ethnography and the Field in Media(ted) Studies: A Practice Theory Approach". *Westminster Papers in Communication and Culture* 9 (3): 27-46. https://doi.org/10.16997/wpcc.172

Grillo, Oscar. 2013. *Aproximación etnográfica al activismo mapuche: a partir de internet y tres viajes de trabajo de campo*. La Plata: Al Margen.

Haynes, Nell. 2016. *Social media in Northern Chile*. Londres: UCL.

Hjorth, Larissa, Heather Horst, Anne Galloway y Genevieve Bell. 2016. *The Routledge Companion for Digital Ethnography*. Nueva York: Routledge.

Horst, Heather, y Daniel Miller. 2005. "From Kinship to Link-Up: Cell Phones and Social Networking in Jamaica". *Current Anthropology* 46 (5): 755-778. https://doi.org/10.1086/432650

Kummels, Ingrid. 2018. *Espacios mediáticos transfronterizos. El video ayuujk entre México y Estados Unidos*. México D. F.: CIESAS.

Lins Ribeiro, Gustavo. 1995. "Internet e a emergência da comunidade imaginada transnacional". *Sociedad e Estado* 10 (1): 181-191.

Martín-Barbero, Jesús. 1993. *Communication, Culture and Hegemony. From Media to Mediations*. Londres: Sage.

Martínez, Betty. 2006. *Homo digitalis: etnografía de la cibercultura*. Bogotá: Universidad de los Andes.

Mayans i Planells, Joans. 2009. *Género chat. O cómo la etnografía puso un pie en el ciberespacio*. Barcelona: Gedisa.

Meneses, Daniela. 2019. "Con mis hijos no te metas: un estudio de discurso y poder en un grupo de Facebook peruano opuesto a la 'ideología de género'". *Anthropologica* 37 (42): 129-154.

Molnar, Victoria. 2014. "La ola K-pop irrumpe en América Latina". *Question* 1 (42): 159-179.

Montauban, Johanna. 2019. "De los zombies a los walkers. El despertar de la economía fandom". *Anthropologica* 37 (42): 35-56.

Moya, Marian, y Jimena Vázquez. 2010. "De la cultura a la cibercultura: la mediatización tecnológica en la construcción de conocimiento y en las nuevas formas de sociabilidad". *Cuadernos de Antropología Social*, 31: 75-96.

Muñoz, Pilar. 2015. "Comunicación de la amenaza ambiental en la web 2.0. Observaciones de las comunicaciones en Twitter y Facebook, vinculadas a la protesta. El Caso 'No Alto Maipo'". Tesis de maestría, Universidad de Chile.

Murillo, Andrea. 2020. "Desconfianza, regímenes de verdad, conspiraciones y montajes en el contexto de la covid-19 en México". *Desde El Sur* 12 (2): 547-571.

Olave, Alicia. 2012. "La movilización ciudadana de Chao Pescao en redes sociales de internet: el caso Barrancones". Tesis de licenciatura, Universidad de Chile.

Ortiz, Gladys. 2011. "L@s jóvenes y su relación con la red internet: de la adicción al consumo cultural". *Razón y Palabra*, 78: 1-16.

Orrego, Natalia. 2017. "Apropiación tecnológica de Facebook en la mediana edad". Tesis de licenciatura, Universidad de Chile.

Osorio, Francisco. 2005. "Proposal for Mass Media Anthropology". En *Media Anthropology*, editado por Eric Rothenbuhler y Mihai Coman, 36-45. Londres: Sage.

Palenzuela, Yadira. 2013. "Imaginarios sociales de jóvenes universitarios sobre su participación ciudadana en redes sociales virtuales". Tesis de maestría, Universidad de Chile.

Pertierra, Anna. 2011. *Cuba: The Struggle for Consumption*. Florida: Caribbean Studies Press.

Peterson, Mark. 2003. *Anthropology and Mass Communication. Media and Myth in New Millennium*. Oxford: Berghahn.

Pink, Sarah, Heather Horst, John Postill, Larissa Hjorth, Tania Lewis y Jo Tacchi. 2019. *Etnografía digital. Principios y práctica*. Madrid: Morata.

Postill, John. 2010. "Introduction: Theorising Media and Practice". En *Theorising Media and Practice*, editado por Birgit Bräuchler y John Postill, 1-32. Oxford: Bergham.

— 2018. *The Rise of Nerd Politics. Digital Activism and Political Change*. Londres: Pluto Press.

Raad, Ana María. 2004. "Comunidad emocional, comunidad virtual: estudio sobre las relaciones mediadas por internet". *Revista Mad*, 10: 43-94.

Rodríguez Cano, César Augusto. 2018. "Los usuarios en su laberinto: burbujas de filtros, cámaras de ecos y mediación algorítmica en la opinión pública en línea". *Virtualis. Revista de Cultura Digital* 8 (16): 57-76.

Salazar, Juan Francisco. 2009. "Indigenous Video and Policy Contexts in Latin America". *International Journal of Media & Cultural Politics* 5 (1-2): 125-130.

Saxer, Martin. 2019. "The Return of Remoteness. Insecurity, Isolation and Connectivity in the New World Disorder". *Social Anthropology* 27 (2): 140-155.

Segato, Rita. 1995. "The Economies of Desire in Virtual Space: Talking Christianity in the Net". *Série Antropologia*, 193. Departamento de Antropología, Universidad de Brasilia.

Sigl, Eveline. 2011. "Identidades de diáspora a través de la danza folklórica". *Anthropologica* 29 (29): 187-213.

Stoiciu, Andreea. 2011. "El papel de la gobernanza digital en la reducción de la brecha digital". *Naciones Unidas*. https://www.un.org/es/chronicle/article/el-papel-de-la-gobernanza-electronica-en-la-reduccion-de-la-brecha-digital

Srinivasan, Sharada, Niccolò Comini, Mykhailo Koltsov y Natalija Gelvanovska-García. 2022. *Acceso y uso de Internet en América Latina y el Caribe*. PNUD / Banco Mundial.

Thompson, John. 1998. *Los media y la modernidad. Una teoría de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós Ibérica.

Toykin, Francis. 2020. "Dinámicas e identificación grupal de *gamers* en Lima. El caso de competitividad en el videojuego *League of Legends*". *Desde El Sur* 12 (2): 573-597.

Uccelli, Francesca, y Mariel García Llorens. 2016. *Solo zapatillas de marca. Jóvenes limeños y los límites de la inclusión desde el mercado*. Lima: IEP.

Winocur, Rosalía. 2001. "Redes virtuales y comunidades de internautas: nuevos núcleos de sociabilidad y reorganización de la esfera pública". *Perfiles Latinoamericanos* 10 (18): 75-92.

— 2002. *Ciudadanos mediáticos. La construcción de lo público en la radio*. Barcelona: Gedisa.

— 2013. "Etnografías multisituadas de la intimidad *online* y *offline*". *Revista de Ciencias Sociales*, 23: 7-27.

Winocur, Rosalía, Miguel Ángel Aguilar, Eduardo Nivón y María Ana Portal. 2009. *Pensar lo contemporáneo: de la cultura situada a la convergencia tecnológica*. México D. F.: Anthropos / Unam-Iztapalapa.

Van Dijck, José. 2016. *La cultura de la conectividad. Una historia crítica de las redes sociales*. Buenos Aires: Siglo XXI Editores.

Zamorano, Gabriela. 2017. *Indigenous Media and Political Imaginaries in Contemporary Bolivia*. Nebraska: University of Nebraska Press.