



# La aplicación de métodos visuales y digitales en la investigación sobre los formatos emergentes del periodismo audiovisual digital

Alba Marín Carrillo

Universidad de Sevilla / Communauté Université Grenoble Alpes

## Introducción

**E**L periodismo audiovisual y digital ha sufrido una revolución a raíz del desarrollo de la web, el auge del uso de los dispositivos móviles y las plataformas de redes sociales, lo que ha provocado la aparición de nuevos formatos que se adaptan a estas formas de consumo. Como causas de la aparición de nuevos formatos, además del desarrollo tecnológico, se contemplan la convergencia mediática, la adaptación a las posibilidades del medio digital, la hibridación de géneros y los intentos de la industria mediática por captar al público joven. Estamos ante uno de los principales caminos hacia la innovación y experimentación para contar historias reales a partir de los recursos que la tecnología ofrece.

La web es el soporte de creación y distribución del contenido audiovisual y las fronteras entre los géneros tradicionales se difuminan. La teoría tradicional no puede definir las producciones emergentes debido a su amplitud, diversidad y creatividad; por lo que no se ajustan a los formatos y géneros tradicionales. Nosotros debemos adaptar los métodos a las producciones en el periodismo digital y podemos utilizar las tecnologías de la información y la comunicación como instrumentos de investigación.

Hemos considerado abordar estas cuestiones desde un enfoque metodológico para establecer los posibles usos de la antropología visual y digital en la investigación sobre periodismo digital. Hacemos, por lo tanto, una aproximación teórica a partir de la antropología visual y planteamos la utilización de las tecnologías no sólo como nuevas herramientas, sino como enfoque metodológico completo para la investigación cualitativa en periodismo digital.

## **Usos de la metodología visual y digital aplicada a estudio de medios**

El uso de programas informáticos, plataformas sociales o aplicaciones para el análisis cualitativo está reconocido en el ámbito académico y cada vez son más los campos de conocimiento que adoptan estas innovaciones tecnológicas (Álvarez, Giraldo y Navarro, 2017). Colás y De Pablos (2012:77) hablan incluso de una transformación en la cultura científica cualitativa a partir de “la incorporación progresiva de internet y las herramientas digitales” que están provocando un cambio epistemológico, metodológico y práctico, además de transformar los procedimientos de investigación tradicionales. A su vez, las prácticas de la etnografía digital cada vez están más extendida.

Nos planteamos las siguientes cuestiones: ¿son los métodos visuales y digitales idóneos para estudiar los formatos emergentes periodísticos? ¿Pueden utilizarse de manera independiente a metodología más utilizadas en el campo, como los análisis de contenido? ¿Pueden ser los nuevos medios formas diferentes de indagación en sí mismos? ¿Cómo podemos utilizar un método visual y digital para abordar este campo?

Para dar respuesta proponemos abordar las cuestiones desde un punto de vista metodológico haciendo una revisión de los usos de la etnografía visual y digital y la antropología hipermedia para finalmente proponer un modelo metodológico adaptado al campo del periodismo digital emergente. En este equiparamos el objeto de estudio con el método de la investigación y obtenemos un producto audiovisual interactivo basado en el propio proyecto. Planteamos una reflexión

sobre el papel del investigador y la exposición de los resultados, obteniendo así una unión entre teoría, método y praxis.

## **Antropología de medios de comunicación**

En lo que respecta al objeto de estudio, la utilización de internet y las tecnologías de la información y la comunicación permiten posibilidades infinitas. La evolución de un objeto de estudio en continuo cambio que sigue los avances de la vorágine tecnológica empuja a los investigadores hacia la necesidad de adaptación constante para utilizar el método de investigación más adecuado. La comunicación mediada ha provocado la aparición de un campo de estudio cada vez mayor: las comunidades virtuales, los comportamientos en red y los procesos de comunicación online. Este campo es un ejemplo de referencia sobre la adaptación de los métodos de estudio, en concreto la evolución y adaptación de la antropología. La etnografía puramente virtual se ha desarrollado por la necesidad de adaptar los métodos (etnografía física) a los objetos de estudios, en este caso a la cultura digital y la comunicación virtual.

Los medios ocupan un lugar central en nuestra sociedad, a través de ellos nos relacionamos con los otros e incluso pueden llegar a ser el camino para entendernos a nosotros mismos. Es de ahí de donde viene la antropología de medios actual (Spitulnik, 1993:307). En los primeros estudios sobre comunicación mediada fue necesario trasladar los métodos tradicionales al nuevo contexto (Hine, 2004). Debido a la constante evolución tecnológica, esta adaptación sigue siendo necesaria, así como el replantear el rol del investigador y el espacio.

La antropología de medios ha sido ampliamente desarrollada a partir de la reivindicación de autores como Dikey (1991) o Spitulnik (1993), que pusieron el foco en los estudios sobre los medios de comunicación y la aportación de la antropología en los procesos de representación y construcción de imaginarios. Aunque anteriormente se había realizado alguna etnografía en las industrias de los medios de comunicación o estudios culturales a partir de los medios del momento, los estudios antropológicos sobre los procesos de creación o consumo de los medios de comunicación eran minoritarios. En los años 70 se realizan numerosos trabajos sobre los procesos de producción periodísticos, en

los que el campo de los estudios de casos estaba bien delimitado, así como los miembros participantes.

A partir del planteamiento de interrogantes entorno a los medios a los que la antropología podía dar respuesta comenzó a tomar forma la antropología de medios. A comienzos de los años noventa, Dikey explicaba: “Mediante la utilización de las técnicas etnográficas normales de observación con participación y el empleo de métodos cualitativos de investigación, los antropólogos han comenzado a examinar las formas de reaccionar de espectadores, lectores y oyentes con respecto a los medios de comunicación (...)”. (Dikey, 1991).

En los últimos años, a partir de los 90, las etnografías se centran más en las relaciones entre los periodistas y las fuentes, las relaciones humanas que rodea al trabajo y el estudio de los contextos y formas de recepción. Las fronteras del trabajo de campo comenzaron a difuminarse dando lugar a un cambio significativo en la investigación etnográfica de la comunicación. La etnografía virtual que desarrolla su trabajo en internet provoca la deslocalización total del campo de trabajo, la disolución del espacio de estudio y el des-emplazamiento del investigador que ha llevado a la adaptación de las herramientas metodológicas mostrando la versatilidad metodológica de la etnografía. (Hine, 2004) Podemos mencionar algunos ejemplos como los trabajos de Flores sobre las redes de bloggers (2010) y el activismo digital (2015); los trabajos de Edgar Gómez sobre la autorrepresentación o el proyecto *Selfie stories y personal data: metodologías híbridas para el análisis de las narrativas visuales en la cultura digital* (2014), de Elisenda Ardévol *et. al.*

## **Métodos visuales y digitales**

Por otro lado, en cuanto a la utilización de métodos visuales, la imagen se ha utilizado desde los comienzos de la antropología, aunque ha sido un terreno académico dominado tradicionalmente por la palabra y se utilizaba como instrumento de recogida de información. Con la aparición del cinematógrafo, la imagen comenzó a utilizarse como forma de indagación y registro. Uno de los primeros ejemplos fue Alfred Cort Haddon, en 1898, quien en su expedición *Torres Strait Island's people* contaba con un equipo encargado de fotografiar y filmar

y una de las primeras cámaras Lumière (Edwards, 1997). Pese a la utilización de la imagen, no será hasta los años 70 cuando el uso de la imagen sea reconocido académicamente. (Dion, 2007).

Junto a Malinowski, Robert Flaherty inaugura el cine etnográfico de tipo expositivo, escenificado sin intención científica. En esta etapa el documental etnográfico aún no ha sentado sus bases y destacan como predecesores las figuras de Flaherty y Vertov, ambos con una importante preocupación estética sobre sus producciones y como pioneros en introducir dos novedades prácticas: “Flaherty la participación et Vertov, la spontanéité”. (Dion, 2007: 730). Como precursores del uso de la tecnología en la investigación antropológica están los trabajos de Félix-Louis Regnault, Margaret Mead y Gregory Bateson, que asientan los cimientos de la antropología visual descriptiva. (Febrer, 2013:782). Llegados a los años 50 con Jean Rouch como impulsor, una nueva generación de antropólogos visuales desarrolla lo que será la antropología visual contemporánea.

En el contexto actual, nos basamos en las prácticas de la antropología visual y digital a partir de autores referentes en este campo como Jean Rouch, Christine Hine, Jacques Ibanez Bueno, Paterson, Sara Pink o Jay Ruby, que proponen el multimedia como creación de nuevas formas de integrar las tecnologías visuales y digitales en el estudio etnográfico. “En el siglo 21, el nuevo clima de reconocimiento [a estos métodos] y de interdisciplinariedad da lugar a la puesta en práctica de trabajos innovadores y teóricos en antropología visual.” (Pink, 2003)<sup>8</sup> Los investigadores de otras disciplinas se alimentan igualmente de esta dinámica y la comunidad de investigadores en ciencias de la información y la comunicación no pueden quedarse fuera del enriquecimiento mutuo. Paralelamente, el desarrollo tecnológico lleva a que no sólo la fotografía y el audiovisual constituyan la base de la

---

<sup>8</sup> Traducción propia del texto original de Pink (2003): “Au 21<sup>ème</sup> siècle, le nouveau climat de reconnaissance et d’intersdisciplinarité crée une dynamique de réalisation de travaux innovants et théoriques en anthropologie visuelle (Pink 2003).

investigación en antropología visual. El hipermedia debe enriquecer esta base en plena evolución”. (Pink, 2001.) (Ibanez Bueno, 2006).<sup>9</sup>

La imagen se considera como un elemento intrínseco en la antropología visual, y no como un elemento externo al que analizar. No se trata de recopilar y analizar producciones visuales existentes, sino de producir imágenes en fotografía o vídeo sobre un campo de investigación con el fin de generar conocimiento sobre el otro. Se trata de un proceso de investigación *con* imágenes (producción de imágenes por un investigador en tanto que instrumento de investigación) y no *sobre* las imágenes”. (Dion, 2007:62)<sup>10</sup> Aunque es así, y la antropología visual es una investigación con imágenes, se puede unir método y objeto de manera que estudiemos el proceso de creación de imágenes con imágenes, la representación visual del mundo a partir de la antropología visual o la visualización de esta representación, uniendo la antropología visual o hipermedia con la antropología de medios.

Todo proyecto antropológico va unido al método etnográfico, o lo que es lo mismo, la observación directa de los comportamientos sociales que nos disponemos a estudiar. Así, es necesario una integración del investigador el campo de observación y una inmersión en la cultura que se aborda.

Dejando a un lado la concepción anterior de la filmación como un método de recolección de datos objetivos, partimos directamente del cuestionamiento que trajo la posmodernidad sobre nociones como

---

<sup>9</sup> Traducción propia del texto original de Ibanez (2006): “Les chercheurs d’autres disciplines nourrissent également cette dynamique et la communauté des chercheurs en sciences de l’information et de la communication ne peut pas être extérieure à cet enrichissement réciproque. Parallèlement, les développements technologiques imposent que les seuls photographie et audiovisuel ne constituent plus le seul fonds de recherche en anthropologie visuelle. L’hypermédia doit enrichir ce fonds en pleine évolution”.

<sup>10</sup> Traducción propia del texto original de Dion (2007:62): “Il ne s’agit pas de recueillir et d’analyser des productions visuelles existantes mais de produire des images photographiques ou vidéo sur un terrain de recherche afin de générer de la connaissance sur l’Autre. Il s’agit d’un processus de recherche *avec* des images (production d’images par un chercheur en tant qu’instrument de recherche) et non *sur* des images.” (Dion, 2007:62)

realidad, representación, interpretación, objetividad y verdad, lo cual influye directamente en la práctica antropológica. A partir de la antropología posmoderna iniciada por Clifford y Marcus, las nociones de objetividad cambian y la etnografía se considera como una negociación constructiva entre los sujetos y el investigador. Jean Rouch es considerado el padre de esta antropología visual contemporánea que modifica el rol que tradicionalmente tenía el investigador, la cámara y la imagen. Ruby aboga por un cine antropológico reflexivo que tenga en cuenta la experiencia corporal y sensorial y MacDougall ha sido el defensor principal de la aproximación sensorial-corporal en la grabación etnográfica (Pink, 2006). Esta autora aboga también por la utilización de la imagen de manera subjetiva y reflexiva para comprender las experiencias sensoriales a partir de la filmación ya que la imagen tiene la capacidad de evocar sensaciones corporales de forma distinta a la palabra: “Yo diría que la película ofrece una forma alternativa de representar las experiencias y las cualidades sensoriales, nos dice cosas nuevas y su potencial para abrirse ‘más directamente a lo sensorial’ que los textos escritos, y crear “formas psicológicas y somáticas de intersubjetividad entre el espectador y el actor social” (Howes, 2003:57) no debe ser ignorado. Sin embargo, enfatizar los méritos del film para este proyecto oscurece algunas de las insuficiencias de los medios audiovisuales para representar la experiencia sensorial.” (Pink, 2006: 51)<sup>11</sup>

Siguiendo a estos autores hablamos de la cámara como participante, la grabación integrada en la acción. La construcción del conocimiento emerge de esta inmersión y el investigador que antes sólo observaba y tomaba notas para comprender el grupo y validar los datos se sumerge ahora con la cámara como participante y se obtienen la información a partir de la colaboración. Una colaboración que no consiste

---

<sup>11</sup> Traducción propia del texto original de Pink (2006:51): “I would argue that film offers an alternative way of representing sensory experiences and qualities, it tells us new things and its potential to open ‘more directly onto the sensorium’ than written texts and create ‘psychological and somatic forms of intersubjectivity between viewer and social actor’ (Howes 2003: 57) should not be ignored. However, emphasising the merits of film for this venture obscures some of the inadequacies of audiovisual media for representing sensory experience.”

simplemente en hacerse notar, sino en dar incluso el poder de producción de las imágenes a los sujetos para que se representen o interactuar con las imágenes grabadas anteriormente.

Podemos ver muestras de la aplicación de esta metodología sobre comunicación y consumo de imágenes a partir de la antropología visual contemporánea, que se convierte en visual-digital o hipermedia dada la actual convergencia tecnológica. Es el caso de los estudios realizados por Ibanez Bueno (2006) sobre la implicación corporal en la comunicación por webcam, por Sara Pink (2006) sobre las conversaciones en el hogar, Edgar Gómez sobre las prácticas de la fotografía digital (2016) o Rodrerick Coover con su trabajo *Cultures in webs: Working in hipermedia and the documentary image* (2003) sobre las posibilidades del CD Rom para articular imágenes, vídeos y textos.

Los investigadores en comunicación podemos integrar la imagen en el proceso de investigación y utilizar la multitud de herramientas visuales digitales que existen. Esta aproximación permite analizar la producción y consumo de las producciones periodísticas digitales y otros enfoques para la comprensión de la representación de la realidad y la visualización de estas representaciones.

## **EL periodismo digital y los formatos emergentes como objeto de estudio**

El contexto mediático en el que se encuadra esta investigación y al que hacemos referencia al abordar el objeto de estudio son los nuevos medios y la comunicación digital. Carece de sentido seguir llamando “nuevo” a algo que lleva tiempo instaurado y que se ha convertido en la forma común de comunicación actual. A estos medios se les conoce como cibermedios, medios interactivos, hipermedios, eComunicación, etc. Sin embargo, en lo que respecta a los formatos, sí podemos hablar de formatos emergentes que se hibridan y experimentan con los géneros.

Por otro lado, tenemos lo que Castells (2009) llamó *medios de autocomunicación de masas*, todas las plataformas en las que es el usuario quien decide acudir a la información, crearla, valorarla o compartirla



según sus intereses. En esta definición entrarían desde las redes sociales hasta las plataformas de intercambio de contenido. En nuestro caso, sumamos al objeto de estudio los medios que representan la realidad, ya sea con fines periodísticos o documentales.

El panorama se caracteriza además por una retroalimentación entre los medios digitales y los medios de *autocomunicación*. La red proporciona multitud de herramienta a los periodistas y realizadores que suponen cambios en las lógicas de producción, los ritmos y los roles.

Según Roberto Igarza (2008), los Nuevos Medios se distinguen por 3 características fundamentales: son digitales, producto de la digitalización de contenidos y redes de digitalización que impactan en todos los eslabones del proceso comunicación; son interactivos, ya que tienen la capacidad de la comunicación bidireccional, el usuario adquiere un rol activo y se incorpora contenido externo al medio generado por el usuario; y son On-line, ya que tienen una disponibilidad atemporal y son accesibles desde diferentes dispositivos (adaptación multiplataforma). (Igarza, 2008) A estos conceptos habría que sumar la multimedialidad a la que da lugar la convergencia tecnológica y mediática. Atendiendo a estas características, hay diferentes medios según su finalidad y funcionalidad: medios tradicionales en línea, medios nativos y medios sociales. Scolari (2008) a partir de las propuestas teóricas de diferentes autores (De Kerishhove, 1997; Lister et al, 2003; Manovich, 2001; Bettetini, 1996;), también propone lo que serían las características que diferenciarían a los nuevos medios de los tradicionales y que consideramos que resume a la perfección lo que venimos diciendo: digitalización, reticularidad, hipertextualidad, multimedialidad e interactividad.

Al hablar por tanto de formatos emergentes del periodismo audiovisual digital nos referimos al trabajo que se desarrolla principalmente en los *labs*, laboratorios de innovación que se popularizaron a partir de las apuestas de medios como *The New York Times* o *Washington Post* en 2010. Producciones limítrofes y aún experimentales como los documentales interactivos, reportajes transmedia o experiencias en 360. En el caso de España, el Laboratorio de Innovación Audiovisual de RTVE, RTVE-Lab es el primer laboratorio de un medio español para experimentar e innovar en este ámbito y se ha convertido en

referencia sobre la innovación periodística. Desde su aparición en 2011, presenta nuevas formas de contar historias reales a partir de las nuevas tecnologías y la innovación narrativa.

Podemos mencionar producciones concretas, más allá de los grupos de trabajo, como *Fukushima, vidas contaminadas*, un reportaje de El País Semanal en 360, uno de los principales proyectos periodísticos en realidad virtual en España. En el ámbito de la no ficción y la realidad virtual el grupo *Inmersive Journalism* es el referente, con ejemplos como *Project Siria* o *Ipress* de Nonny de la Peña, en los que el usuario experimenta un escenario creado virtualmente en el que se representa la realidad a través de un relato periodístico. Estos formatos periodísticos emergentes pueden abordarse no sólo como producto, sino también como práctica audiovisual.

### **Propuesta metodológica: método visual digital como instrumento de investigación en comunicación digital**

Teniendo muy en cuenta los planteamientos de Mattelart (1997) sobre la necesidad de adaptación de los métodos al objeto de estudio y los más recientes de Brea (2005) sobre los estudios visuales y la utilización de una metodología transdisciplinar que se adapte a los objetivos de la investigación, hemos desarrollado un método a partir de la antropología visual-digital que nos permite abordar las TIC no sólo como objeto de estudio, sino como instrumentos de la práctica científica.

Pretendo trasladar a la investigación en comunicación la importancia que tiene el audiovisual en los medios de comunicación y en una sociedad hiper-audiovisual, en el que cualquier persona tiene la capacidad de consumir, producir, transformar y difundir imágenes. Proponemos así mirar el periodismo audiovisual digital desde una perspectiva audiovisual-digital. No es la intención extender esta reflexión a las múltiples posibilidades académicas que tiene esta mirada científica en diversos campos de estudio, y tampoco repasar las experiencias científicas que comenzaron a poner valor en el audiovisual como método de investigación; sino dar un salto a las posibilidades que

las tecnologías digitales ofrecen para investigar con y sobre la no ficción audiovisual.

La comunicación digital nos permite superar las fronteras comunicativas convencionales como investigadores y la red resulta un área de trabajo pertinente para observar las mediaciones y expresiones de manera directa e incluso en tiempo real. Por otro lado, la observación virtual de las interacciones que se producen en el seno de un medio de comunicación online o un webdoc puede complementarse con la incorporación de herramientas digitales fuera del marco digital y utilizarlas no sólo como instrumentos de registro.

A partir de la combinación de los soportes, la palabra, el vídeo, o la fotografía podemos trabajar integrando el objeto de investigación, el método y la exposición de los resultados. A continuación, mostramos una propuesta metodológica, aún en desarrollo, de la aplicación de un método visual interactivo que puede servirnos para conocer el proceso de representación de la realidad, las prácticas del periodismo digital o las formas de recepción y consumo de los productos audiovisuales. Para aplicarlo hay que definir en primer lugar el contexto como unidad de análisis y la introducción de las herramientas digitales en ese contexto de manera interactiva. Posteriormente, en función del objeto de estudio, habría de definir cómo se organiza la filmación, cómo se obtienen los datos y cómo se analizan para conseguir los resultados.

Nos movemos en tres niveles de actuación<sup>12</sup>, siguiendo los planteamientos de Ardévol (1994): el audiovisual como instrumento metodológico, el audiovisual como objeto de estudio y el audiovisual como forma expositiva de resultados. Siguiendo estos niveles desarrollamos la metodología propuesta en la que la utilización de las tecnologías se tiene en cuenta en las diferentes fases de la investigación: planificación y elaboración de los marcos teóricos y metodológicos, trabajo de campo, tratamiento y análisis de la información y exposición de los resultados.

---

<sup>12</sup> Modelo de niveles creado a partir de la propuesta de dos niveles de actuación de Ardévol que ampliamos y adaptamos a nuestro método para cerrar el círculo de la investigación con la muestra de los resultados (objeto-método-exposición).

Para abordar el audiovisual como instrumento metodológico integramos los instrumentos en el proceso de investigación a partir de la utilización de la cámara como técnica explorativa y metodología interactiva. La cámara se convierte en un elemento fundamental de observación y registro de datos. Se introduce desde el inicio en el trabajo de campo como instrumento de observación participante y de análisis descriptivo, con fines explorativos y de manera reflexiva.

La grabación es también una parte fundamental para la selección y la elaboración de los datos y no parte de un guión previo, sino que trabajamos a partir de la adaptación y la integración el colectivo profesional. En la etapa de análisis también se incluye el audiovisual como revisión y edición de las imágenes grabadas. La filmación como método nos permite, además de la observación directa, la observación posterior del material grabado, el registro de las relaciones espacio-temporales y el registro de gestos, palabras y sonidos que podemos analizar posteriormente con detenimiento para captar procesos secundarios que en la observación directa pueden pasar desapercibidas.

En base al trabajo de Jean Rouch y la importancia de la participación, proponemos hacer una observación proyectiva virtual. La proyección de parte del material filmado y editado junto a una discusión sobre las imágenes con las que se les representa nos puede llevar a conocer sus impresiones sobre la representación, que también serán filmadas. Este proceso de observación y filmación puede realizarse durante el periodo de producción o durante el periodo de recepción, en función del objeto de investigación y los objetivos marcados, adaptándose así a cada caso estudiado.

El segundo nivel hace referencia a cómo aplicar la metodología al objeto de estudio, en nuestro caso las formas emergentes del periodismo audiovisual digital como objeto y como práctica. Al entenderlo como práctica podemos centrar nuestro estudio tanto en la producción de las imágenes, como en su contexto, su uso y su consumo.

Es precisamente la forma de consumo de estas producciones una de las características definitorias de los nuevos géneros. El rol del

espectador a cambiado a partir de la posibilidad de participar y la interacción es actualmente una de las características más destacables y con mayor desarrollo de las nuevas producciones. El usuario adquiere un papel activo y en las producciones se crean comunidades virtuales a través de la plataforma principal de difusión y las redes sociales a las que se une, creando una red de producción de contenido por el usuario a partir del producto periodístico e integrados en el mismo. Teniendo esto en cuenta, un estudio que se centre en estos formatos debe contemplar dichas prácticas de los usuarios y sus aportaciones como parte de la representación de la realidad que se hace.

Tras el cambio de paradigma posmoderno que cuestionó las nociones de objetividad y separa al observador de lo observado, la antropología da un giro hacia la reflexividad y se hace consciente del rol del investigador en el proceso de obtención de datos. Este concepto se impone gradualmente como salvaguardia ética y metodológica para revelar al público la dimensión construida y las hipótesis epistemológicas subyacentes de realizaciones audiovisuales. (Ruby, 2000: 156, en Boup, 2016)<sup>13</sup>. Baptiste va más allá y propone utilizar la reflexión como un instrumento heurístico para comprender lo que sucede en las situaciones de producción (rodaje en su caso particular) en ambos lados de la cámara. (Boup, 2016) Esta idea es clave en nuestra propuesta metodológica en la que se vincula método y objeto de manera reflexiva en un contexto de producción audiovisual en el que investigador y periodista utilizan las mismas herramientas con fines distintos.

Para su estudio, y como hemos mencionado anteriormente, añadimos una observación participante virtual en la comunidad para conocer las impresiones que los usuarios manifiestan, las prácticas, el contenido que producen y su integración en el contenido producido por el medio.

---

<sup>13</sup> Traducción propia de la cita que se recoge en el texto de Boup, 2016 de Ruby (2000:156): “Cette notion s’est progressivement imposée comme garde-fou éthique et méthodologique se devant de révéler à l’audience la dimension construite et les hypothèses épistémologiques sous-jacentes des réalisations audiovisuelles.”

El tratamiento de los datos obtenidos en el trabajo de campo pasa por una serie de etapas: observación del material filmado y puesta en relación con la experiencia, estructuración y categorización de la información, recontextualización de los datos a partir de la categorización en relación al contexto general de la investigación, observación proyectiva y, finalmente, edición como trabajo de análisis. (Ardévol, 1994)

Un método etnográfico, ya sea visual, digital o mixto, con observación participante como forma de recabar los datos, conlleva que el investigador se convierta en herramienta de la investigación. Como investigadores pasamos a ser miembros de la comunidad para observar el proceso desde dentro y documentarlo.

Hay una equivalencia entre el investigador y el cineasta de no ficción, puesto que es el propio investigador quien graba. Pese a esta equivalencia, esta propuesta se diferencia del documental etnográfico expositivo, el cual se graba posteriormente al estudio etnográfico. Nuestra propuesta metodológica incluye la grabación de forma prospectiva, por lo que se introduce la cámara desde el comienzo del trabajo de campo. La grabación es una parte central del trabajo y es el propio investigador quien decide qué debe filmar a partir de su interacción con los sujetos y su adaptación al entorno. Las transformaciones de Jean Rouch en la antropología visual supusieron un cambio en los roles investigador-sujeto investigado (antropología compartida y cine-trance) al introducir la participación activa en el proceso de filmación.

En tercer lugar, entender el audiovisual como forma expositiva de los resultados nos lleva a preguntarnos sobre cómo componer un producto audiovisual con características similares al objeto de estudio a partir de los resultados obtenidos. A partir del tratamiento de las imágenes obtenidas durante el proceso de investigación podemos elaborar un producto hipermedia sobre la propia investigación. Esta propuesta vincula el objeto de estudio con la metodología y la exhibición de resultados. Nos permite unir teoría y praxis entorno al audiovisual digital y ofrecer un estudio con continuidad en los tres niveles.

## **Conclusión**

La antropología visual puede repensarse en relación a los modos de representación contemporáneos. Estamos ante una disciplina en constante cambio que explora la inserción de nuevas herramientas de investigación en función del desarrollo tecnológico.

Las tecnologías digitales son, además de herramientas de investigación, una forma alternativa de publicar los resultados de investigación de forma coherente al campo de estudio que abordamos. El desarrollo tecnológico ha posibilitado el desarrollo de la multimedialidad, la hipertextualidad o la hipermedialidad, dando así la posibilidad de construir etnografías visuales incorporando palabra, imagen y sonido de forma no lineal y producciones que suponen un giro con respecto al tradicional cine etnográfico.

Trabajar en nuevos medios y con nuevos medios supone utilizar los nuevos formatos y narrativas emergentes, lo que conlleva una reflexión sobre la integración de los nuevos dispositivos, pero también sobre los lenguajes y representaciones que estos permiten. No se trata únicamente de utilizar un determinado dispositivo, sino en pensar cómo integrar y utilizar nuevos lenguajes como la realidad virtual o las narrativas transmedia desde el método de investigación y realizar una reflexión en torno a sus usos.

En vistas a este desarrollo en paralelo de la tecnología y la antropología visual y la antropología de medios, encontramos importante precisar cómo puede aprovecharse todo el potencial metodológico para los estudios sobre las nuevas formas del periodismo digital, las comunidades virtuales de usuarios prosumidores que se crean entorno a estas y que intervienen directamente en el proceso de producción, las prácticas de representación, las relaciones entre usuarios y medio o las formas cada vez más experienciales de recepción.

## Bibliografía

- Álvarez, G; Giraldo, M; Navarro, C. (2017) “Uso de TIC en investigación cualitativa. Discusión y tendencias en la literatura.” *Revista KATHARSIS*, Vol. 23, 218-235. Recuperado de <http://revistas.iue.edu.co/index.php/katharsis>
- Ardèvol, E. (1994) *La mirada antropológica o la antropología de la mirada*. Tesis doctoral, Universidad Autónoma de Barcelona, formato electrónico de la autora.
- (2016) “Big data y descripción densa”. *Virtualis*. Vol. 7, 14, 14-38.
- Brea, J. L. (2005). *Estudios visuales. La epistemología de la visualidad en la era de la globalización*. Madrid: Akal.
- Buob, B. (2016) “La camera-reflexe de l’ethnographie filmee”. *Entrelacs. Cinéma et audiovisuel*, hors série 2, 35-52.
- Castells, 2009. *Comunicación y poder*. Alianza Editorial. Madrid
- Colás, P; De Pablos, J. (2012). “Aplicaciones de las tecnologías de la información y la comunicación en la investigación cualitativa”. *Revista Española de Pedagogía*, Vol. 70, 251, 77-92. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3803557>
- [Dikey, S. \(1997\) “La antropología y sus contribuciones al estudio de los medios de comunicación”. \*Revista Internacional de Ciencias Sociales\*, 153. Recuperado de <http://www.unesco.org/new/en/social-and-human-sciences/resources/periodicals/issj-social-science/#sdart>](#)
- Dion, D. (2007) “Les apports de l’anthropologie visuelle à l’étude des comportements de consommation”. *Recherche et Applications en Marketing*, Vol. 22, n°1, 61-78
- Febrer, N. (2013). “Aproximaciones teóricas en antropología visual: fundamentos metodológicos”. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, Vol. 16; n° especial abril, 725-734.
- Flores, D. (2010). “Estar con los otros: presencias, proximidades y sentidos de vínculo en las redes de *bloggers*.” *Mediaciones sociales*, n°6. Primer semestre. [Recuperado de



<http://pendientedemigracion.ucm.es/info/mediars/MediacioneS6/Indice/FloresMD2010/floresmarquez2010.html>]

- Flores, D. (2015) “Ganar la red no significa perder la calle: activismo y comunicación en la red, la calle y los medios. *Media&Journalismo*. 14, 167-178.
- Gómez-Cruz, E. (2012) *De la cultura Kodak a la imagen en red. Una etnografía sobre la fotografía digital*. Editorial UOC
- Gutiérrez, M. y Jalos, T. (2013) “No lineales, interactivas y reflexivas: Nuevas perspectivas y experiencias metodológicas en Antropología visual”, 53-74. En Navas, E. y Calderón, F. (Coord.) (2013) *Reflexiones sobre le oficio antropológico*, ABYA YALA.
- Hine, C. (2004) *Etnografía virtual*. Barcelona: UOC
- Ibanez Bueno, J. (2006) *Création d'un hypermédia virtuel et ethnologique – l'exemple d'une recherche sur les internautes suisses et francais. Du cinema ethnographique à l'antropologie visuelle*. París, Musée de l'Homme.  
Recuperado de <http://www.comite-film-ethno.net/colloque/pdf/surfing-web/bueno-ibanez-jaques.pdf>
- Igarza, R. (2008) *Nuevos medios. Estrategias de convergencia*. La Crujía Ediciones.
- Mattelart, A. (1997) *Historia de las teorías de la comunicación*, Paidós.
- Nichols, Bill. (1997): *La representación de la realidad. Cuestiones y conceptos sobre el documental*. Barcelona: Paidós.
- Pink, S. (2006) *The future of visual anthropology – engaging the sens*. Routledge.
- Rouch, J. (1974) “The camera and man”, 79-98. En Hockings, P, Moutonde Guyter (éds.) (1974) *Principles of Visual Anthropology*,
- Scolari, C. (2008) *Hipermediaciones. Elementos para una Teoría de la Comunicación Digital Interactiva*. Gedisa editorial.
- Spitulnik, D. (1993) “Anthropology and mass media”. *Annual Reviews Anthropol*, Vol. 22, 293-315.