

Mascarada *cyborg*. Etnografía digital aplicada a aplicaciones informáticas afectivo-sexuales // Cyborg masquerade. Digital ethnography applied to affective-sexual computer applications.

Antonio SILVA ESQUINAS
Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación
Universidad Europea de Madrid

Jorge Ramiro PÉREZ SUÁREZ
Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación
Universidad Europea de Madrid

Rebeca CORDERO VERDUGO
Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación
Universidad Europea de Madrid

Daniel BRIGGS
Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación
Universidad Europea de Madrid

“El trabajo de campo es un ejercicio de papeles múltiples
[...] se trata en cierto modo de un juego de máscaras”
(Velasco & De La Rada, 2006)

RESUMEN

En este escrito se presenta el proceso de etnografía digital llevado a cabo en la fase 1 del proyecto “*Enrolla2. Percepciones de seguridad y actitudes de riesgo en “millennials” vinculadas al uso de app informáticas afectivo-sexuales*” dentro de un marco metodológico gobernado por los métodos mixtos. Así pues, el fin de este escrito es dar a conocer técnicas metodológicas que resultaron eficaces en este contexto para facilitar futuras estadias en campos similares; allanando el camino a próximos investigadores y exponiendo las problemáticas y limitaciones tanto fácticas como éticas que nos encontramos en este campo específico.

Palabras clave: Etnografía digital, Criminología, *App*, Metodología, Enrolla2.

ABSTRACT

This paper presents the process of undertaking digital ethnography carried out in phase 1 of the project titled "Enrolla2: Perceptions of security and risk attitudes in "millennials" which examined the use of online dating applications" using a mixed-methods framework based on digital ethnography, open-ended interviews and surveys. Thus, the purpose of this paper is to present the methodological techniques that we found effective in this context to facilitate similar studies in the future thus paving the way for other researchers. In doing so, we expose the problems we encountered along with the ethical limitations that we find in this specific field.

Key words: Digital Ethnography, Criminology, App, Methodology, Enrolla2.

1. “Hola. Tio. Zona ers. [foto de penel]”. Introducción.

El presente escrito parte de una investigación financiada por la Universidad Europea de Madrid, y realizada por el Grupo de Conocimiento-Investigación en Problemáticas Sociales de la misma entidad, titulada “*Enrolla2. Percepciones de seguridad y actitudes de riesgo en “millennials”¹ vinculadas al uso de app informáticas afectivo-sexuales*”.

Dicho estudio, surge de la premisa de la necesidad de poner de manifiesto cómo el impacto de las nuevas tecnologías ha supuesto un profundo cambio en la identidad individual y colectiva (Haraway, 1991). Es por ello que, debido a dicho embate, el ser humano reorienta sus ritos y prácticas culturales, sexuales, religiosas, académicas, etc. O, en términos más propios de Haraway, se convierte en *cyborg* (1991). Las *apps* afectivo sexuales, así como podría ser considerada la propia pornografía, son manifestaciones de esta nueva corporalidad “Máquina/Humano” y del palimpsesto de los mencionados ritos y prácticas culturales.

Como manifestación de una nueva entidad, este proceso debiere surgir como liberador; sin embargo, del mismo también surge una tasa notoria de prácticas como el acoso, la violencia o el delito (Amnistía Internacional, 2017). De hecho, sirva a modo de ejemplo el fragmento de transcripción aportado en el título de este capítulo, que no es más que un saludo típico en este tipo de *apps*.

De lo anterior, surgió la necesidad de realizar la investigación que tendría como objetivo general estudiar la percepción de la seguridad, su incidencia en el nivel de victimización y los riesgos para la salud pública mediante estudios de caso de “*millennials*” en *apps* geo-sociales de cariz afectivo-sexual. Para alcanzar dicho objetivo general, y los específicos que del mismo se articulan², se partió de la gobernanza de los métodos mixtos (Bryman, 2012). Siguiendo un diseño exploratorio secuencial bajo el amparo de

¹ Considerados por aquellos sujetos que tienen entre 18-35 años a efectos de dicho estudio.

² OE1: Conocer y analizar la percepción de seguridad de los “*millennials*” en el mundo *offline* y *online*.
OE2: Estudiar los patrones de utilización de las diferentes aplicaciones geo-sociales por rangos de edad y tendencia sexual.

OE3: Medir los niveles de victimización entre los diferentes perfiles según patrones de comportamiento.

OE4: Diagnosticar los peligros que para la salud pública pudieran acarrear de los diferentes comportamientos de riesgo de la población objeto de estudio.

una óptica de justicia social/transformativa (Creswell, 2015), se dibujó un itinerario basado en 3 fases:

- Fase 1: Etnografía digital + entrevistas en profundidad
- Fase 2: Encuestas
- Fase 3: *Focus group*

En este artículo, será precisamente en el plano de la etnografía digital donde nos detendremos y profundizaremos. Esta técnica, se consideró necesaria por tres motivos esenciales: a) debíamos entender el contexto que estudiábamos desde dentro, cuáles eran las dinámicas de actuación, los *inputs*, los sujetos que las habitaban y las vicisitudes que tenían lugar en ellas, puesto que a partir de este conocimiento podrían articularse entrevistas y cuestionarios más eficaces; b) se entendía como esencial salir del escritorio para experimentar cuál era la sensación libidinal de ser usuario en dichas aplicaciones, de esta forma tendríamos un conocimiento mucho más profundo del fenómeno que solo a través de fuentes externas y; c) resultaba una técnica muy útil para evadir sesgos como el de deseabilidad, tan constante en la práctica de las encuestas (Kvale, 2008).

Así pues, se realizó un trabajo de campo durante tres meses en 6 *apps* de diferente orientación: 1) *Tinder*; 2) *Grindr*; 3) *Wapo*; 4) *Wapa*; 5) *Lovoo*; 6) *Badoo*. En las cuales el etnógrafo trabajó bajo 8 tipos de máscaras o roles diferentes:

- Heterosexual varón
- Heterosexual fémina
- Homosexual varón
- Homosexual fémina
- Bisexual varón
- Bisexual fémina

- Heterocurioso³ varón
- Heterocurioso fémina

Consiguiendo un universo muestral total compuesto por $N=800$ interacciones, donde la submuestra $N_I=310$ estaba compuesta por interacciones directas⁴.

Teniendo todo lo anterior como premisa, se ha estimado necesario explicitar el desarrollo de la labor etnográfica dentro de la fase 1 del proyecto de investigación. Esto es, qué técnicas se utilizaron, cuáles resultaron eficaces y en qué grado, cuáles fueron las limitaciones que se encontraron durante el proceso, cómo se sortearon, etc. Con el fin de que futuros investigadores que utilicen esta técnica metodológica puedan servirse de esta experiencia. Es por ello que pasaremos a desarrollar qué es esto de la etnografía digital en primera instancia.

2. “Bajando al infierno de los instintos”. Etnografía digital.

A lo largo de la literatura, antropológica y sociológica mayoritariamente⁵, se han venido aportando una serie de definiciones cerradas sobre la práctica metodológica de la etnografía digital (Baym, 1999; Ito, 1997; Lyman & Wakeford, 1999). Hine sería quien en su obra *Virtual Ethnography* (2000) establecería una definición que, aglutinando todas las anteriores, entendería la etnografía virtual⁶ en someras palabras como la traslación de las técnicas de la etnografía clásica⁷ al plano de las TIC. Si bien es cierto,

³ Entiéndase como heterocurioso a aquellos individuos que considerándose heterosexuales les gusta tener relaciones esporádicas de índole homosexual.

⁴ Hemos de puntualizar que cuando se indican $N_I=310$ interacciones directas estamos haciendo alusión a aquellas en las que hubo un desarrollo conversacional más o menos prolongado. Mientras que el $N=800$ de interacciones está compuesto también por aquellas en las que no hubo tal desarrollo, sino interacción a través de *icebreakers*, *stickers*, etc. No consideraremos en la muestra las cantidades de *likes*, *matches*, etc.

⁵ Si bien es cierto que también la encontramos en otras áreas como la propia informática o las ciencias de la información y la comunicación (Pink et al., 2016).

⁶ Como veremos, dependiendo de qué autor consultemos encontraremos diferentes vocablos para definir este tipo de etnografía, navegando desde la etnografía virtual de Hine (2000), hasta la *netnography* de Kozinets (2010) o la etnografía digital de Pink et al. (2016) entre otros.

⁷ Sirva como ejemplo de definición de etnografía clásica la que Angrosino (2007) postula como “el arte y la ciencia de describir a un grupo humano: sus instituciones, comportamientos interpersonales,

que en su posterior obra *Ethnography for the Internet* (2015) ya habla de una adaptación de las técnicas clásicas a la etnografía virtual basada en una serie de características clave (véase tabla 1) que se adaptarían a un Internet basado en una concepción triádica: integrado-incorporado-cotidiano. *De facto*, ya Kozinets (2010) se adelantaba discretamente un lustro antes a Hine proponiendo la siguiente definición a lo que él denominó como *Netnography*:

Un tipo de etnografía en línea o de Internet; La netnografía proporciona pautas para la adaptación de los procedimientos de observación participante [...] a las contingencias de la comunidad y cultura en línea que se manifiestan a través de comunicaciones mediadas por ordenador. (p. 191. Traducción propia)

Por su parte, Pink, Horst, Postill, Hjorth, Lewis y Tachi (2016) proponen en su *Digital Ethnography Principles and Practice* una concepción mucho más posmoderna. Basan su propuesta en la innovación, en la creación de nuevas técnicas, en tanto que la etnografía clásica y sus definiciones cerradas se quedan obsoletas ante la realidad cambiante de las TIC. Pink et al. (2016) encuentran más práctico establecer una serie de criterios o claves (véase tabla 1) que toda etnografía digital deberían englobar, mas sin contener la práctica de una definición estanca y dotándola de libertad para que la propia *praxis* sea quien la defina de una u otra forma, según la investigación que la esté utilizando.

Dicha propuesta, si bien pueda parecer que es el preludio a una anomia semántica sin parangón, resulta muy coherente en el sentido de que todas las definiciones que se han ido dando hasta el momento han quedado obsoletas⁸ por el vertiginoso avance de las TIC (Estalella, 2018) y el *cyborg* (Pérez, 2017). Asimismo, recordemos que la etnografía se ve condicionada por el área de conocimiento del etnógrafo que la lleve a cabo, por los objetivos de la investigación de turno, por la entidad que financie dicha investigación, etc., luego es más útil entenderla como un proceso adaptativo que no como un elemento finito (Pink et al., 2016).

producciones materiales y creencias [donde] los investigadores etnográficos se preocupan fundamentalmente por la vida rutinaria de las personas que estudian” (p. 35. Traducción propia).

⁸ Con lo que nuevamente disponemos de una anomia semántica.

Tabla 1. Elementos clave o principios establecidos de la etnografía virtual/digital. Elaboración propia a partir de la traducción/adaptación y síntesis de Hine (2015, pp. 87-88) y Pink et al. (2016, pp. 36-47).

| Postulados Hine | Postulados Pink et al. |
|--|---|
| <p>Un enfoque holístico de la etnografía no implica que exista un campo preexistente que se conozca ampliamente. En cambio, dicho enfoque produce la apertura del etnógrafo a los aspectos imprevistos de la creación de significado y al surgimiento de formas de conexión y liminales no anticipadas al inicio del estudio. Un enfoque holístico implica que el etnógrafo adopte una actitud exploratoria para comprender cómo las actividades tienen sentido para quienes se dedican a ellas.</p> | <p>Multiplicidad: No solo hay una forma de actuar con lo digital. La etnografía digital puede variar según la pregunta de investigación o los desafíos que la propia investigación supone. A veces es guiada por marcos teóricos específicos de una u otra disciplina académica, pero otras tantas lo es por las necesidades, intereses de las entidades que financian la investigación o por los propios participantes. Por tanto, cada proyecto hará que la etnografía evolucione y se adapte de formas diferentes.</p> |
| <p>El campo es una construcción fluida y emergente. Los campos rara vez se incluyen por completo en el espacio <i>online</i> y <i>offline</i>, y también se construyen en una conciencia de lo que podría entenderse como diferentes escalas de análisis, abarcando tanto "Internet" como un objeto cultural notable y común como manifestado en forma desagregada en instancias locales específicas que podrían, o no, etiquetarse como "Internet".</p> | <p>No centrado en lo digital: en una etnografía digital no debemos centrar nuestra atención en los propios medios digitales, sino en lo que ocurre dentro de ellos. Por tanto, utilizando estos como una parte más del entorno, en el cual se sitúa una comunidad que realiza actividades cotidianas. Asimismo, la etnografía digital no deberá tener como premisa el uso de determinados métodos digitales, sino que dicha utilización siempre deberá ser diseñada y desarrollada específicamente para las preguntas de investigación que surjan en cada proyecto.</p> |
| <p>Internet puede tomarse como una multiplicidad integrada en diversos marcos de actividad y de creación de significado. Tomar en serio esta composición múltiple alienta a un enfoque abierto para la identificación campos enfocados en explorar conexiones y discontinuidades a medida que surgen, en lugar de asumir la existencia de límites, y adoptar diversos medios de visualización y movimiento en el campo.</p> | <p>Abierto: La etnografía digital es un método abierto, no limitado. Así como tampoco es finito, sino procesual. A su vez es híbrida, flexible, porque está abierta a influencias de otras disciplinas, necesidades particulares de colaboradores externos, etc.</p> |
| <p>Internet es una experiencia incorporada. Este</p> | <p>Reflexividad: serían las formas mediante las cuales</p> |

| | |
|--|---|
| <p>aspecto de Internet enfatiza la importancia de los enfoques reflexivos y autoetnográficos, y de observar imaginativamente la importancia de las acciones, haciendo un uso críticamente reflexivo de herramientas listas para usar, registrar e interpretar acciones con la debida conciencia de las variadas texturas sociales que emergen, así como una conciencia de la posibilidad de aprender de todas las formas y etapas de conexión con el campo.</p> | <p>los etnógrafos producen conocimiento a través de los encuentros con otras personas/cosas. Relacionado, por tanto, con la esfera subjetiva de los encuentros dentro de una investigación y con la naturaleza explicativa de la escritura etnográfica como medio útil mediante el cual producir conocimiento.</p> |
| <p>Internet es a la vez una experiencia mundana y común: la etnografía para Internet puede considerar de manera útil ambas formas de discurso, explorar conexiones y desconexiones entre políticas y prácticas, representaciones de los medios de comunicación y experiencias cotidianas. Los etnógrafos pueden usar el Internet cotidiano para interrogar al Internet común y viceversa, y hacer uso del pasado archivado para interrogar el presente, adoptando una perspectiva desconocida que considera cómo podrían ser las condiciones actuales.</p> | <p>Poco Ortodoxo: en el sentido de que la etnografía digital requiere de formas alternativas y más posmodernas para ser transmitida. Nos permite, por ende, ir más allá de la Academia y las diferentes disciplinas, más allá de la producción escrita estándar del conocimiento académico. Ello parte de la necesidad de la transmisión del contenido sensorial, visual, etc. de este nuevo contexto digital. Sirvan de ejemplo las <i>web</i>, <i>blog</i>, <i>flyers</i>, <i>youtube</i>, etc.</p> |
| <p>Los etnógrafos deben esperar la multiplicidad: no solo hay un Internet, no solo hay una experiencia de fenómenos <i>online</i>. En su lugar, encontraremos diversas prácticas de creación de significado en torno a un Internet fragmentado que depende del dispositivo, que está integrado culturalmente, se desarrolla constantemente y consta de múltiples plataformas. Por lo tanto, necesitamos múltiples etnografías para Internet y múltiples formas de forjar objetos de investigación a partir de fenómenos fragmentados.</p> | |
| <p>Los etnógrafos deberían esperar la incertidumbre: sin la perspectiva de una explicación exhaustiva de una realidad singular, nos enfrentaremos con la</p> | |

| | |
|--|--|
| <p>construcción de cuentas que no son necesariamente verificables en términos estándar de objetividad. Del mismo modo que los participantes viven con incertidumbre sobre cómo varios aspectos de la existencia se alinean e informan entre sí, también lo deben hacer los etnógrafos.</p> | |
| <p>Los etnógrafos deben asumir la responsabilidad de sus propias acciones, intentar crear relatos auténticos que trasciendan a un información autoindulgente sobre un itinerario personal, pero siendo demostrablemente conscientes de hasta qué punto el etnógrafo crea una etnografía a partir de una serie de posibles rasgos culturales que podrían haber sido seguidos.</p> | |

En la tabla 1 hemos traducido/adaptado, y sintetizado en el caso de Pink et al. (2016), los principios clave que proponen Hine (2015) y Pink et al. (2016) para sus propuestas de etnografía virtual/digital con la finalidad de que el lector pueda percibir que en esencia las dos propuestas son muy similares. Es más, podemos llegar a ver cómo los 8 postulados de Hine (2015) pueden sintetizarse en los 5 de Pink et al. (2016). Lo que queremos hacer entender con ello es que la diferencia más notoria entre ambas propuestas finalmente es el sentido de adaptación vs innovación (Estalella, 2018) y no tanto la esencia o composición misma de la práctica etnográfica.

Es precisamente por ese carácter eminentemente posmoderno y líquido (Bauman, 2000), que apuesta por la innovación, lo multidisciplinar y multimétodo, lo poco ortodoxo en la difusión, etc. el motivo por el cual nos decantamos hacia la concepción de Pink et al. (2016) para la realización del proyecto “Enrolla2” citado anteriormente. En primer lugar, por las diversas disciplinas académicas a las que pertenecen los diferentes miembros del equipo⁹; en segundo, porque no entendemos un enfoque distinto al

⁹ Sociología, Derecho, Antropología y Criminología.

propuesto por Pink et al. (2016) para estudiar un fenómeno absolutamente dinámico y poliédrico como es el *cyborg* y las *app* afectivo-sexuales. Por último, como bien dice uno de los sujetos estudiados, para poder bajar “al infierno de los instintos” la técnica más útil es la etnográfica.

3. “Distintos roles que no dejan de ser vistas de nuestra personalidad global”. Estrategias de campo.

Una vez llegados a este punto, vamos a desplegar algunas de las estrategias de campo que seguimos en la fase etnográfica del proyecto “*Enrolla2*”. Para seguir un hilo argumental lógico conforme a la temporalidad con la que el investigador se encontraría en el campo, comenzaremos con las estrategias según dicho *íter*. Esto es, desde que llegamos al campo hasta que salimos de él. No obstante, creemos necesario aclarar que estas estrategias han sido válidas y/o fructíferas para el contexto particular en el que se desarrolló el proyecto “*Enrolla2*”, pudiendo no albergar la misma eficiencia en otros contextos y/o con otros objetivos.

3.1. Observación previa.

Si bien Pink et al. (2016) nos indicaban que no debíamos centrarnos en el medio digital propiamente dicho, también nos dejó bastante establecido que la etnografía digital debía adaptarse a cada investigación. Es por ello que decidimos estudiar los medios digitales, las *apps*, como un campo en el cual íbamos a integrarnos. Situándonos, por tanto, en lo que recomendaban Pink et al. (2016). Es decir, estudiaríamos el medio digital como centro de una primera fase de la etnografía para, posteriormente, entenderlo como un contexto más amplio y no centrado en el grueso de la misma.

Consideramos que ello era necesario bajo la premisa de que ninguno de los investigadores éramos usuarios asiduos a este tipo de *apps*. Así, debíamos saber qué rango de las mismas existía, a quiénes se direccionaban, en qué términos se comunicaban con los usuarios o qué seguridad albergaban, entre otros menesteres.

Basándonos primeramente en la teoría, en la mera investigación bibliográfica, seleccionamos 4 *apps* siguiendo mayoritariamente dos criterios clave: a) número de usuarios en España; b) público al que iba dirigido. Estas 4 *apps* iniciales fueron: 1) *Tinder*; 2) *Grindr*; 3) *Badoo*; 4) *Wapa*. Así, teníamos una aplicación donde el etnógrafo adquiriese un rol heterosexual masculino (*Tinder*) y femenino (*Badoo*), uno homosexual masculino (*Grindr*) y, por último, uno homosexual femenino (*Wapa*), reuniendo un número importante de usuarios a los que poder estudiar y con los que poder interactuar.

Sin embargo, una vez instaladas las *apps*, con las complicaciones que ello conlleva¹⁰, nos percatamos de que habíamos sido demasiado cortos de miras, en tanto que el objetivo que estas *apps* tenían a nivel teórico parecía presentarse distinto al hallado en este período de observación. Es decir, no encontrábamos en las descripciones de dichas *apps* el código “heterocurioso”, así como tampoco éramos conscientes del impacto tan importante de la bisexualidad. Mucho menos de la amplísima variedad de géneros que pudimos encontrar *a posteriori* y que confirmaban nuestra visión *queer* (Butler, 1999) del fenómeno *cyborg* (Haraway, 1991) que diluiría la entidad de muchas *apps* convirtiéndolas en no binarias *de facto*. Tampoco éramos conscientes de que el factor oportunista hacía que tanto bisexuales como heterosexuales, en busca de relaciones de trío o de material subido de tono, realizaran constantes incursiones en una u otras *apps*. Así pues, ampliamos las *apps* a estudiar para poder abarcar aquellos focos que no habíamos percibido de entrada. Esto fue lo que encontramos, sin entrar en la policromía de género:

¹⁰ Creación de *emails* temporales para poder registrarse que fueran admitidos por las diferentes *apps*, controlar el aspecto de la geolocalización, entender las diferentes interfaces y mecánicas, etc.

Tabla 2. Contrastes entre el objetivo teórico y hallado en las diferentes *apps*. Elaboración propia.

| Objetivo teórico | Objetivo hallado |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> Tinder •Heterosexual varón/fémína | <input type="checkbox"/> Tinder •Heterosexual varón/fémína •Homosexual varón/fémína •Bisexual •Heterocuriosa/o |
| <input type="checkbox"/> Grindr •Homosexual varón | <input type="checkbox"/> Grindr •Homosexual varón •Heterocurioso |
| <input type="checkbox"/> Badoo •Heterosexual varón/fémína | <input type="checkbox"/> Badoo •Heterosexual varón/fémína •Homosexual varón/fémína •Bisexual •Heterocuriosa/o |
| <input type="checkbox"/> Wapa •Homosexual fémína | <input type="checkbox"/> Wapa •Homosexual fémína •Bisexual •Heterosexual varón/fémína •Heterocuriosa |
| <input type="checkbox"/> Wapo •Homosexual varón | <input type="checkbox"/> Wapo •Homosexual varón •Heterocurioso |
| <input type="checkbox"/> Lovoo •Heterosexual varón/fémína | <input type="checkbox"/> Lovoo •Heterosexual varón/fémína •Homosexual varón/fémína •Bisexual •Heterocuriosa/o |

Una vez localizados los objetivos de cada *app*, percibimos que los mismos estaban diseñados como auténticos nichos de mercado. En otras palabras, lógicamente los diseñadores de cada *app* buscaron con su factura un rédito económico y el mismo lo basaron en cierta manera en la orientación sexual de cada grupo de interés. Sin embargo, aquí se plantearon una serie de aspectos que hemos de tener en cuenta.

En primer lugar, perdidas en la inmensidad del flujo de mercado las *apps* se desvirtuaron, sus límites o direccionamientos básicos se habían vuelto líquidos (Bauman, 2000) con el *cyborg* y los desarrolladores no estaban haciendo nada para

cambiar esto. Si bien podría concebirse positivamente, en tanto que pudiere parecer que la cuestión de género tomaría una concepción absolutamente *queer* (Butler, 1999), lo cierto es que no era así. Es decir, sí es cierto que se dieron cambios drásticos en los patrones prototípicos de sexualidad, que se comentarán más adelante, pero lo que terminaba ocurriendo es que se generaba un abuso de unas “especies” a otras.

Hemos decidido denominarlo desde un prisma especista dado que la práctica predatoria de bisexuales¹¹ era tan viral que hacía que el resto de especies se vieran realmente amenazadas. No obstante, definitivamente lo que ocurría con ello era que se aumentaba el número de usuarios en la *app* de turno, ergo no era importante establecer medidas para frenar dicho fenómeno bajo la óptica mercantilista de la empresa de turno.

Por otra parte, consecuencia del influjo de consumo, un constante ataque mercadotécnico en forma de notificaciones o de limitaciones de las *apps* establecía un sistema de clases basado en el estatus que se conseguía mediante la compra de servicios *Premium* o de créditos.

Tinder se constituyó como la *app* más mercantilizada, donde se nos ofrecía un funcionamiento realmente reducido de forma gratuita¹², y cada servicio extra suponía realizar un gasto económico por parte del usuario. De esta forma, para convertirnos en un usuario con un estatus elevado que tuviera el poder de geolocalizarse fuera del sitio donde se reside, saber quién nos realizaría *match*, tener *superlikes* infinitos, aparecer en primer lugar en las galerías de fotos, etc. debíamos realizar una inversión de aproximadamente 16-26€ mensuales o bien pagar de forma individualizada cada servicio cual carta de restaurante. Algo que, además, salía finalmente más caro.

Analizando las opciones de pago, entendimos que el tener ese estatus elevado nos dotaba realmente de mayor protección. Por ejemplo, no hablar con sujetos hasta que no hayamos leído su perfil con calma, establecer nuestra localización fuera de donde

¹¹ También en cierta forma de heterocuriosos y heterosexuales; o incluso uno de estos anteriores bajo la máscara de bisexual.

¹² Hasta el punto que era cuasi imposible obtener un *match* sin hacer uso de algunos de los servicios *Premium*.

vivimos realmente para que nadie pueda agredirnos o estigmatizarnos, etc. pero, al establecer un precio tan elevado, lo que terminaba consiguiendo es desplazar a los usuarios a otras *apps* que no eran tan “clasistas”.

Sin embargo, el resto de *apps* han seguido dinámicas relativamente similares a la de *Tinder*. Si bien es cierto que los precios eran más económicos o incluso en algunas se podían conseguir créditos si realizábamos determinadas actividades paralelas (*eg.* Dar un número determinado de *likes*; hacernos suscriptores de una plataforma de juegos *online*; realizar una apuesta en una casa de apuestas *online*, etc.). El elemento, tal vez, más característico de las otras *apps* es que conllevan un factor de incitación libidinal y de consumo aún más potente, ya sea “invitándonos” a subir más fotos, escribir a la comunidad para posicionarnos mejor en la galería de imágenes o comprar más créditos para que nuestro nivel de estatus fuera elevado. Incluso en el caso de *Lovoo* o *Badoo* fuimos torpedeados mediante notificaciones como:

“¿Has tenido un flechazo? Llama la atención de la gente que te gusta de verdad
[opciones: gastar 50 créditos o enviar un vídeo]

“Necesitas 50 créditos para subir en los resultados. Recarga tus créditos y recuerda que cuantos más compres, ¡más baratos te saldrán!”

Otro elemento importante que dibuja estas *apps* como auténticos escaparates de consumo sexual es algo que, *a posteriori*, nos confirmó un sujeto de estudio:

Es evidente que este entorno muchas veces actúa como una especie de escaparate donde no somos más que zapatos siendo clasificados casi binariamente cual sexador de pollos. [Transcripción de chat *Lovoo*]

Así lo pudimos comprobar mediante el período de observación, donde se nos ofrecía la posibilidad de elegir a la carta qué producto buscábamos (edad, peso, altura, color de ojos, tribu urbana, si fuma o bebe, afeción de VIH, hijos, estado civil, orientación sexual, compleción física, rol en el sexo, localización, etc.) introduciendo las variables en un buscador y ofreciéndonos aquello elegido. También mediante los *nicks* y las

descripciones que en multitud de ocasiones nos dejaban claro qué se nos ofrecía o qué buscaba cada usuario. Encontrando nombres de usuarios como “BBtragón” “BuscoChicaSexyParaTrio” o “emoticonos: biberón, labios, plátano, tres gotas y puño cerrado”; así como descripciones del tipo:

Sí, me gustan las sesiones con drogas, pero solo 1-1, nada de tríos u orgías. Busco calidad a cantidad. Buscando ese alguien especial con el que poder experimentar más fantasías sexuales, pero que no esté obsesionado con el sexo. Hay más cosas!! [Fragmento de descripción *Grindr*]

Sin ánimos de entrar a analizar la información expuesta, sino de exponer ejemplos a través de la observación qué elementos pueden extraerse, vamos a concluir con el aspecto de los filtros de seguridad que siguen este tipo de *app*. Generalmente se nos solicita:

- Un email o número de teléfono
- Una fotografía¹³
- Verificar nuestra cuenta validando la fotografía ante el equipo técnico
- Rellenar al menos un 60% de nuestro perfil

Todos ellos elementos, como veremos en el apartado de estrategias de campo, vulnerados con facilidad. *De facto*, la práctica totalidad de nuestra muestra no tenía su usuario verificado, encontrábamos fotografías eróticas, falsas, duplicadas, etc. Lo que queremos ejemplificar con ello es que, si bien se establecen una serie de filtros de seguridad, los mismos devienen defectuosos vulnerándose masivamente y, si tenemos en cuenta que el aspecto de geolocalización no siempre se puede eliminar a no ser que seamos usuarios *Premium*, podríamos tener espiándonos a alguien que conocemos en la vida real. Ello sin tener en cuenta cómo se ha posibilitado el acceso a menores de edad.

¹³ Hemos de recalcar que la mayoría de *apps* establecen un filtro mediante el cual no deja establecer fotos con contenido sexual, aunque sí erótico.

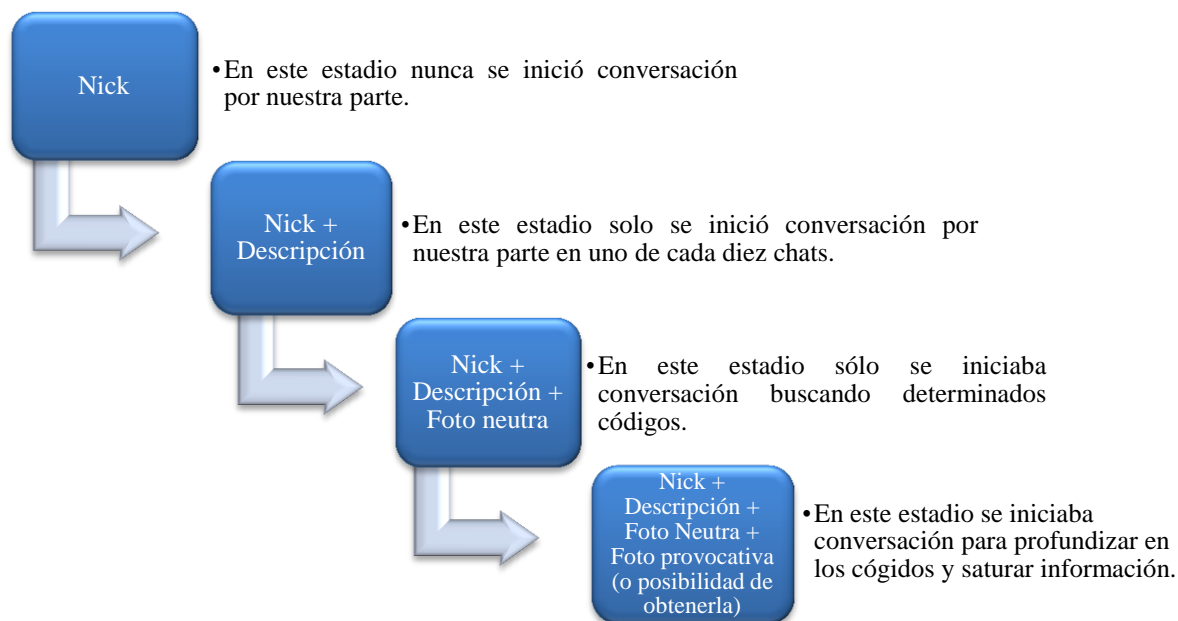
3.2. Interacción en estadios.

Una vez realizado el proceso de observación, decidimos realizar una aproximación al universo muestral en estadios o fases. La intención era percibir qué tipo de impacto generábamos en la comunidad con respecto a nuestras propias acciones y el nivel de exposición de nuestro perfil desde cada uno de los roles adoptados (véase ilustración 1). De esta forma, íbamos aprendiendo durante todo el proceso de la etnografía digital a cómo mimetizarnos dentro del campo.

3.2.1. Primer estadio.

Durante el primer estadio solo nos remitimos a poner *nicks* de forma aleatoria. En ocasiones era un nombre común, en otras emoticonos sin relación entre ellos y otras palabras a veces sugerentes y a veces no. El resultado fue que, si bien por una parte la cualidad de quien nos iniciaba chat era distinta según si lo que establecíamos de link era sugerente o no, también era cierto que el aspecto puramente cuantitativo, el número de usuarios que nos entraba, era similar y desorbitado. Con el tiempo, pudimos observar que ello se debía a que, sobre todo en *apps*, como *Grinder*, *Wapo* y *Wapa*, había muchos usuarios de paso que, generalmente, eran heterocuriosos y buscaban anonimato; por lo que sus *nicks* eran muy similares a los que usábamos en este primer estadio.

Ilustración 1. Esquemas por estadios del proceso de acercamiento al universo muestral. Elaboración propia.



3.2.2. Segundo estadio.

En el segundo estadio introdujimos dos factores más¹⁴:

a) Descripción: se utilizaron varios tipos de descripciones en lo que podríamos determinar como sub-estadios (SE) dentro del estadio dos:

- SE₁: descripciones absolutamente aleatorias y sin sentido aparente (vg. emoticono sevillana negra; puntos suspensivos; “hola hamijo”; “ola k ase”)
- SE₂: descripciones estándar de nuestros gustos o intereses sin hacer alusión a absolutamente nada relacionado con el sexo o el erotismo (vg. “me gusta el deporte al aire libre, leer y el cine”; “27 años, fan de la Marvel y apasionada por mi trabajo”)

¹⁴ Cabe destacar que los *nicks* que utilizamos seguían la misma estrategia del estadio primero, generando siempre una metodología dinámica y adaptada al campo.

- SE₃: descripciones que podrían denotar un doble sentido o provocación (vg. “soy divertida, fitgirl sin límites y me vuelve loca bailar ¿eres capaz de seguirme el ritmo? [emoticono con un ojo guiñado y la lengua fuera]”)
- SE₄: descripciones explícitas que iban dirigidas a demandas de tipo sexual y/o de sustancias estupefacientes (vg. “Busco pasivo con popper para partírel el culo”; “No Mefe, no party”; “alguna MUJER (u HOMBRE dependiendo de la *app*) de verdad con resistencia?”)

Esta estrategia, nos permitió valorar cómo la información que nosotros emitíamos, aún sin iniciar contacto nosotros, se modulaba según el mensaje. No encontramos una correlación directa entre nivel de explicitud y número de interacciones una vez más, algo que parecería confirmar los postulados de la “nueva era oscura” de Bridle (2018); mas sí que encontrábamos diferencias cualitativas. En el S₁ y S₂ las interacciones eran, por lo general, más amables de entrada¹⁵ y no direccionadas al sexo desde el inicio. En S₃, los usuarios solían entrar al juego haciendo alusión a algún elemento de la descripción direccionándolo rápidamente a algún tema sexual; sin embargo, no todos terminaban abandonando la conversación si no se seguía la opción sexual por nuestra parte, generándose un campo flirteo que en ocasiones daba lugar a conversaciones profundas. Por último, el pragmático SE₄ tenía un efecto singular. Si bien producía interacciones muy sexualizadas de entrada, con envío de galerías de imágenes y vídeos pornográficos, también en ocasiones se iniciaban conversaciones con *roleplay* e incluso alguna conversación profunda. En el caso de la conversación profunda, se nos indicaba que la entrada agresiva solo formaba parte de una dramaturgia para llamar la atención y sobresalir entre la multitud.

b) Iniciar conversación: aprovechando los conocimientos que estábamos obteniendo decidimos iniciar conversación en una proporción de 1 inicio por cada 10 chats

¹⁵ Decimos por lo general en tanto que seguíamos recibiendo “fotopolla” constantes, por ejemplo. Asimismo, cuando decimos “de entrada” es porque si bien la entrada podía ser amable en un espacio breve de tiempo se direccionaba directamente hacia el sexo y en caso de no seguir ese *íter* en el chat se nos ignoraba o bloqueaba.

recibidos, con la finalidad de validar las estrategias que los propios usuarios estaban teniendo para con nosotros.

3.2.3. Tercer estadio.

En cuanto al tercer estadio, introdujimos el factor “fotografía neutra”. Con ello se pretendió medir el estímulo tanto de las *apps* (al posicionarnos de una u otra forma en el ranking de la galería) como de los usuarios ante un impacto visual. Las fotografías generalmente eran de un rostro, si bien también se utilizaron a veces memes, paisajes, etc. A su vez, se iniciaron conversaciones en busca de códigos que obtuvimos en la fase observacional como “drogas”, “tríos”, “geolocalización”, “verificación de identidad”, etc.

En relación con la exposición de la fotografía, hemos de decir que ayudó a que las conversaciones obtenidas fueran más prolongadas, en el sentido de que concedió cierta sensación de seguridad al usuario; no éramos un usuario “tan” falso como el que no tenía fotografía. No obstante, siempre se pedían más fotografías u otras pruebas para verificar que se era dicha persona. En cuanto a las conversaciones exploratorias sobre los códigos establecidos, si bien es cierto que fueron fructíferas sobre todo en el desarrollo de conversaciones que terminaban direccionándose a temáticas fuera del contenido sexual o incluso al contenido amoroso, también lo es que no lo fueron tanto como en el estadio S₄ en ciertos temas. Algo que nos llevó a pensar en la relación explicitud-profundidad para con determinados códigos.

3.2.4. Cuarto estadio.

Por último, el estadio S₄ añadió a la dramaturgia una foto explícita o la posibilidad de obtenerla mediante petición directa del usuario de turno. A mayor abundamiento, se utilizó este sub-estadio para saturar la información que habíamos obtenido tanto en los anteriores como en éste mismo y, también, para profundizar en aquellos códigos más explícitos que iban surgiendo en él. En este caso, no importaba tanto la verificación de que quien utilizaba la foto, sino el contenido sexual de la misma.

3.3. Mascarada

Hemos hablado de cómo hemos ido accediendo al campo de estudio en busca de respuestas a nuestras preguntas de investigación. Sin embargo, aunque hemos comentado algunas de las problemáticas que iban surgiendo, no hemos profundizado en qué estrategias hemos seguido para sortear según qué óbices. A efectos de no realizar una lectura demasiado pesada, vamos a centrarnos en aquellas estrategias que nos permitieron, como diría Clifford citando a Griaule (1983):

Volverse un afable camarada de la persona estudiada, un amigo distante, un extranjero circunspecto, un padre compasivo, un patrón interesado, un comerciante que paga por revelaciones, un oyente un tanto distraído ante las puertas abiertas del más peligroso de los misterios, un amigo exigente que muestra un vivo interés por las más insípidas historias familiares, así el etnógrafo hace pasar por su cara una preciosa colección de máscaras como no tiene ningún museo. (p. 139. Traducción propia)

Por ende, hablaremos sobre nuestra máscara en términos de: a) veracidad; b) argot y carácter; d) género. Sin, de nuevo, finalidad de discutir o presentar resultados más allá de a modo de ejemplo.

a) Veracidad: como dijimos anteriormente, los mecanismos de seguridad de las *apps* eran extremadamente vulnerables. Si la misma nos solicitaba un email, era tan fácil como crearse uno temporal; si se demandaba una fotografía, podíamos utilizar incluso la cara de un famoso, y nada de ello nos impediría entrar en la *app*. Diferente era en el caso de hacerse un usuario verificado por la *app*, esto significaba que el equipo técnico había podido verificar que las imágenes que estábamos utilizando correspondían realmente al propietario de la *app*. Esto se realizaba generalmente enviando una foto mostrando un cartel con unas siglas demandadas o tomándose una foto *selfie* desde la propia *app* para que el técnico comparara la misma con las que previamente habíamos colgado. Aunque este sistema presenta formas de vulneración, es relativamente un filtro eficaz, ¿entonces dónde está el problema? Básicamente en que el grueso de la

comunidad no verifica su usuario y, por ende, se normaliza dicha práctica asumiendo ese grado de riesgo al *catfish* (Amedie, 2015). Ello nos brindó la posibilidad de no destacar negativamente ante la comunidad sin tener que verificar cada cuenta que nos creábamos.

Sin embargo, ante la inconsistencia de la seguridad de las *apps*, los usuarios generaron medios alternativos para garantizar que no estaban siendo engañados:

- Solicitud de varias imágenes de rostro.
- Solicitud de *Instagram*.
- Vídeo o audio para comprobar si se es mujer u hombre realmente.
- Seguir el contacto por *Whatsapp*
- Fotografía con un periódico del día y unas siglas determinadas.

Las estrategias en el caso primero y segundo eran relativamente fáciles de sortear teniendo dos o tres imágenes de una misma persona y generando una cuenta de *Instagram* con imágenes donde no se viera el rostro. También, pensando ahora extra muros de los límites éticos, se podría sortear simplemente suplantando la identidad de otro usuario o incluso utilizando fotografías que otros usuarios nos habían pasado con anterioridad¹⁶. En cualquier caso, no eran estrategias eficientes. Por el contrario, la solicitud de un vídeo o audio complicaba el mantener la veracidad de nuestra máscara. En esos casos se tendió bien a utilizar moduladores de voz, vídeos que mostraban nuestras piernas, la estancia donde estábamos, etc. sin enfocar el rostro, o el uso de un colaborador que nos prestara su voz para leer un fragmento breve de texto.

La medida del *Whatsapp* nos fue realmente problemática, había una costumbre extendida de compartir el número de teléfono privado después de haber hablado apenas unas líneas. Esto nos suponía un límite notorio, porque no todos los dispositivos móviles permitían duplicar *Whatsapp* en el mismo y no podíamos utilizar nuestro número privado; en segundo lugar, porque necesitábamos una tarjeta SIM española, ya

¹⁶ De hecho, era una estrategia muy usual detectar cuentas falsas por reconocer fotografías que nos habían enviado previamente desde otra cuenta y/o *app*.

que los números virtuales generalmente son de países extranjeros y llamarían la atención. Por tanto, y realizando una labor de transformación positiva del campo mediante la prevención, tendimos a optar por la estrategia de negarnos a hablar por dicho medio bajo la premisa de no haber suficiente confianza como para ello, de haber sufrido consecuencias negativas al haberlo hecho con anterioridad o de que el *Whatsapp* era para nuestra vida privada y no para nuestros ligues. Con más o menos insistencia, la mayoría de la comunidad pareció entender la reserva. No obstante, tras confirmar con diferentes sujetos que mediante este medio surgía un escenario distinto y más prolífico, en cuanto a determinados códigos que estábamos buscando, con respecto al chat de la *app* conseguimos finalmente generar un *Whatsapp* desde un número español para acceder a dicha información.

Por último, la cinematográfica fotografía con el periódico del día y las siglas sí que fue una medida altamente efectiva, ya que el montaje de un periódico diario, un rostro determinado y unas siglas impuestas por la otra parte nos obligaba a tener unos conocimientos en materia de tratamiento de imagen que no poseíamos.

No obstante, queremos hacer alusión a algo que ocurría en chats como *Badoo* que llevan insertos un sistema parecido a la *app Snapchat*. Es decir, envías una fotografía que solo puede ser vista por el otro usuario durante unos segundos. Esto nos permitió en muchas ocasiones jugar con la veracidad de nuestra máscara al proporcionar fotos sugerentes o de rostro lejano durante pocos segundos, de manera que la otredad no tenía tiempo suficiente como para reconocer el rostro. Si bien es cierto, que se podían realizar capturas de pantalla de dicho *Snapchat* para establecer un control de verificación en todas las imágenes que íbamos recibiendo y, *de facto*, fue un método eficaz para combatir el *catfish* por nuestra parte.

b) Argot y carácter: la palabra es el elemento último de poder en la era posmoderna (Rapley, 2007), según Silva, Pérez y Briggs (2018) la palabra es un:

Mandala supremo del cosmos mediante el cual podemos construir y deconstruir todo aquello que a nuestra merced se antoja. Palabra, combustible vital de

guerras y amnistías, armamento poderoso para aquellos que sepan asirlo. Palabra, denostación máxima del número en determinados nichos, ninguneada, estigmatizada hasta su fonema ínfimo. (p. 2)

El argot y el carácter de nuestra máscara, por tanto, eran sumamente importantes y debían transformarse de forma dinámica según cada caso. A veces, la máscara necesitaba hablar con denotaciones cursis, otras lascivas, en ocasiones con ápices políticos o ideológicos, clasistas o regionales. Gran parte del argot era incluso típicamente utilizado dentro de la propia *app* y nosotros íbamos aprendiéndolo durante la estancia de campo realizando ejercicios de recursividad (Estalella, 2018). Asimismo, el adherirnos a un carácter agresivo, chulesco, histriónico, narcisista, etc. nos era útil para estudiar las reacciones, los sacrificios, las necesidades, los deseos, etc. de la otra parte. Sirva de catálogo la siguiente muestra:

Agresividad:

Etnógrafo: Me mojaba la polla en coca o en mefe y te atragantaba puta

Z: Uffffff eso me flipa // y en ojete tb. [Fragmento de transcripción *Grindr*]

Cursi:

Etnógrafo: [...] // pequeñaja // petisú de almendras garrapiñadas con sirope de fresa // mi helado de straciatella relleno de nubes de azúcar glaseado y virutas de toffee

V: Pequeñaja dice jajajaja [emoticono corazón] // ayyyy // dame cariño ^^ // ya estoy de vuelta a casa y tengo un hambre que no me lo creo ni yo. [Fragmento de transcripción *Wapa*]

Defensivo:

A: [...] pero oye está bien poner de excusa eso y perderse un pedazo de polla y un polvazo que pokitos a lo largo de tu vida te iban a follar así y durante horas...

Etnógrafo: Tus sobradas de macho alfa son inútiles, parecéis clones de MHYV de verdad. Lo que a mí me deba dar asco o no lo decido yo y no tú. Tienes rabo grande? Sí y qué... nada que otros tantos no hayan ofrecido o que cualquier consolador no pueda aportar. Deberías ser un poco más maduro estando tan cerca de la treintena marichulo... [Fragmento de transcripción *Lovoo*]

Con ello conseguimos ser iguales ante los ojos de la otredad, hablábamos el idioma que hablaban y en el tono que querían o que repudiaban. Éramos capaces de ser el sujeto enamorado, el inaccesible, el desfasado, etc. y todo ello nos permitió acceder a un catálogo de información sumamente rico en matices.

c) Género: durante el trabajo de campo encontramos un amplio espectro de género que abarcaba construcciones heterosexuales, homosexuales, bisexuales, poliamorosas, heterocuriosas, no binarias, etc. Esta perspectiva de pluralidad y liquidez, de libertad de elección sin, o con menos, temor por ser juzgados era un himno a la diversidad. El *cyborg* desmembró finalmente el binario (Haraway, 1991) y sólo encontrábamos seres que querían mantener relaciones libidinosas con otros seres, más allá de su mera sexualidad biológica.

P: [...] a mí me gusta hacer de todo // para qué limitarse, no?

Etnógrafo: No te juzgo, soy bi. Pero tengo curiosidad x saber de ti

P: Pues de todo lo que te imagines jaja // también me molaría un trío y comerle los huevos mientras se la tira // y luego comerle el coño después de que se corra dentro // jajaja. [Fragmento de transcripción *Lovoo*]

Sin embargo, pudimos también observar que ante la multitud de constructos de género surgió otra antagonica. La misma estaba compuesta por la “plumofobia”, “machirulofobia”, “homofobia”, y otros tantos términos derivados que nuestra propia muestra nos confesaba y que nosotros al identificar nuestra máscara dentro de un género u otro pudimos validar.

R: Los machos como tú son los que yo necesito. Los activos son todos unos flojos. [Fragmento de transcripción *Grindr*]

De alguna forma, gracias a poder mutar constantemente el género de nuestra máscara pudimos entender como si bien el binario parecía haberse fracturado a nivel micro en gran medida, a nivel macro seguía presente; mas modificado. Ahora encontrábamos un cambio en el espectro de apetencia sexual que se adhería a los patrones heteropatriarcales. Verbigracia, surgía una mayoría abismal de homosexuales femeninas que demandaban de la otredad feminidad sublime y rechazaban a aquellas que tuvieran algún rasgo físico varonil. Lo mismo ocurría con los varones homosexuales, que buscaban continuamente otros varones que fueran activos, sin pluma e incluso a ser posible heterosexuales¹⁷. En cuanto a los heterosexuales, bisexuales, poliamorosos y no binarios, por regla general seguían reproduciendo los patrones culturales de sexualidad imperantes para con unos u otros géneros; si bien los heterosexuales estaban más abiertos a la bisexualidad.

Como conclusión de esta estrategia de campo, hemos de destacar la absoluta prioridad de añadir a nuestras etnografías digitales una óptica de género. Teníamos que comprender en un contexto de cortejo erótico-festivo qué sentía cada parte. Es decir, cuándo una persona sentía riesgo, miedo, engaño, seducción, placer, angustia, humillación, etc. además de comprender las técnicas y preferencias de cada quien y el nivel de riesgo dispuesto a asumir para la obtención de los fines hedonistas. Por tanto, era un imperativo atender desde cada constructo de género a todas estas variables.

3.4. Geolocalización

La geolocalización, entendida desde este tipo de *apps*, supone principalmente: a) saber a qué distancia está una persona con la que chateamos; b) seleccionar a personas de

¹⁷ Nótese aquí la paradoja, ese *focus* sería el compuesto por los heterocuriosos, los bisexuales y/o homosexuales aún en el anonimato.

nuestra zona por la facilidad del contacto físico instantáneo y; c) obtener citas con personas de otros lugares para cuando vayamos a asistir al mismo¹⁸.

Teniendo en cuenta lo anterior, estaríamos hablando que mediante este factor localizador cualquier usuario de la *app* podría saber dónde estamos de manera muy aproximada, conllevando un riesgo importante como ya hemos podido comprobar en ciudades como Madrid¹⁹. Otro factor que promueve la geolocalización es que personas de nuestro entorno geográfico nos “saquen” forzosamente del anonimato de nuestra condición sexual o de nuestras preferencias sexuales, con la correspondiente estigmatización o incluso que nos acosen, como nos sucedió a nosotros mismos en varias ocasiones

Z: Estás cerquita, te huelo [emoticono lengua]. [Fragmento de transcripción *Wapo*]

Ante estos riesgos podríamos pensar en anular la geolocalización, pero esto no siempre es posible de forma gratuita. En algunas *app* nos permiten que en lugar de ofrecer una geolocalización precisa sea aproximada, algo que en una ciudad grande puede ser útil mas en un pueblo pequeño deviene infértil; otras permiten “anularlo” y entrecomillamos porque lo que realmente hacen es geolocalizarnos en el centro de Madrid con lo que conlleva ello²⁰; pareciere más una invitación a mantenernos localizados. Ahora bien, si decidimos pagar, podremos eliminar nuestra geolocalización e incluso situarnos allá donde queramos para cumplir el requisito c) citado anteriormente.

Necesitábamos entender cómo podría romperse la lógica mercantil perversa de pagar por seguridad dentro de una *app* de estas características. Obtener una estrategia para sortear ser localizados, en tanto que a veces nuestra máscara requería ser sevillana, pero a veces madrileña, barcelonesa o valenciana. Se abrieron tres posibles:

¹⁸ Denominado “modo viaje”.

¹⁹ Estamos haciendo alusión al caso del “asesino de Grindr” (Cedeira, 2018).

²⁰ Usuarios del centro de la capital de España avasallando a solicitudes de conversación dado la densidad de población.

- Acceder a *apps* que lograban parchear la *app* de origen dándonos acceso a las funciones *Premium* (por ende a la geolocalización selectiva) sin previo pago.
- Conectar nuestro móvil a una red *wifi* que utilizara *proxy*.
- Convencer a la otredad de que estamos en un sitio u otro de manera temporal, que hay un fallo de la *app* (acto seguido enviar una foto del lugar donde supuestamente estamos y con las condiciones meteorológicas que haga en ese momento) o de que estamos en “modo viaje”.

De esta forma, pudimos garantizar que nuestra geolocalización no fuera un elemento que impidiera el transcurso de nuestra etnografía digital.

3.5. Recopilación de información

Por último, queremos señalar la importancia del modo de recopilación de información. Cada etnógrafo dispone de una técnica de recopilación de datos distinta, no hay una fórmula estandarizada o más efectiva y cada etnógrafo sigue el método que le es más efectivo (Díaz de Rada, 2011). Suele ser un mantra que si bien las impresiones momentáneas se van redactando en un cuaderno de campo (sea físico, electrónico, mentalmente, etc.), se debe volcar toda la información detallada lo antes posible en un diario de campo (Hammersley & Atkinson, 1994).

La práctica de llevar un diario de campo al día fue un elemento imprescindible en nuestra experiencia, ya que íbamos describiendo detalladamente todo lo que iba transcurriendo en cada jornada. Algo que nos resultó de imperiosa necesidad cuando advertimos en el proceso de transcripción que, de repente, nos faltaban chats en el histórico de algunas *app*. Imagínense cuál fue la estupefacción del etnógrafo al ver que había “perdido” chats de suprema trascendencia para los objetivos de la investigación. Efectivamente, pudimos comprobar que algunas de las cuentas falsas creadas (sobre todo aquellas utilizadas para la venta de sustancias tóxicas y las relacionadas con prostitución) una vez eran eliminadas desaparecían los registros del chat. Sin embargo, observamos otras tantas que también habían sido eliminadas y sí que disponíamos del

chat en el histórico. Posteriormente, pudimos comprobar que ello correlacionaba con el hecho de ser baneado.

La moraleja de todo ello, para el estudio de campos de este tipo, se resume en que debemos tener un diario de campo actualizado y lo más detallado posible, realizar transcripciones diariamente y guardar todas las fotografías que consigamos en un banco de imágenes temporal y protegido; ya que nos será de suma importancia cuando estemos en la fase de análisis.

4. “Demuéstrame q no eres un tío y te pasaré fotos”. Limitaciones.

Hemos hasta ahora comentado varias de las estrategias seguidas para sortear óbices que el campo de estudio nos planteaba, como el caso de *Whatsapp*, la geolocalización o la verificación de nuestra identidad ante la otredad. Sin embargo, no hemos tratado otros casos de limitaciones fácticas y/o éticas que encontramos. Estimamos que es importante reflexionar sobre las cuestiones de las limitaciones en este tipo de investigación en las cuales se trata con información sensible de terceros y donde nos podemos ver inmersos incluso en delitos si no tenemos cuidado.

4.1. Fácticas.

En cuanto a las limitaciones fácticas más importantes a las que nos enfrentamos hemos de citar, en primer lugar, la propia *app Tinder*. La misma fue sometida al mismo proceso descrito en el capítulo tercero de este artículo, pero no se obtuvieron los mismos progresos que en las demás *apps*. De hecho, si bien es cierto que pudimos comprobar bien su funcionamiento, no se pudieron establecer contactos directos con usuarios mediante la *app*. Se intentó mediante perfil de varón, de fémina, de cada uno de los géneros que obtuvimos en otras *apps*, localizándonos en otros lugares geográficamente, utilizando servicios *Premium* de forma gratuita en la forma que se indicó en el capítulo 3 e incluso pidiendo colaboración a miembros que utilizaban dicha

app con asiduidad. Sin embargo, ni utilizando todo lo descrito arriba se pudo conseguir contacto directo con la otredad.

En un principio, creímos entender que era porque nuestro usuario no estaba verificado; pero pudimos observar como bastantes usuarios tampoco lo estaban, asimismo los colaboradores a los que solicitamos ayuda también nos confirmaron que ellos mismos no eran usuarios verificados. Por ende, si bien llegamos a pensar en varias hipótesis relacionadas con las variables que primaba el algoritmo de *Tinder*, no se pudo verificar ninguna.

Otra limitación fáctica de inicio era la utilización de fotos de perfil, ¿qué fotografía debíamos utilizar? ¿Una de alguien del equipo? ¿Alguna imagen libre de derechos de autor? ¿Y en el caso de las imágenes subidas de tono? La cuestión del uso de imágenes fue una de las que más problemas nos supusieron debido a limitaciones legales y éticas. El aspecto ético, relacionado sobre todo con las de contenido sexual, lo dejaremos para el siguiente apartado. En la práctica, terminamos utilizando fotografías libres de derechos de autor, fotografías de colaboradores que se prestaron para ello voluntariamente (evitando por tanto la incompatibilidad ética y/o legal) y fotografías que habíamos detectado en más de 3 perfiles diferentes.

Finalmente, otra limitación fáctica fue que no pudimos explorar la experiencia *Premium* de todas las *app* por cuestiones meramente económicas.

4.2. Éticas.

La etnografía, como nos diría Hammersley & Atkinson (1994) es:

Simplemente es un método de investigación social, aunque sea de un tipo poco común puesto que trabaja con una amplia gama de fuentes de información. El etnógrafo o la etnógrafa participa, abiertamente o de manera encubierta, de la vida cotidiana de las personas durante un tiempo relativamente extenso, viendo lo que pasa, escuchando lo que se dice, preguntando cosas, o sea recogiendo

todo tipo de datos accesibles para poder arrojar luz sobre los temas que él o ella ha elegido estudiar. (p. 15. Traducción propia)

Así pues, nuestra etnografía digital fue desarrollada en este proyecto con carácter encubierto; esto es, según Bulmer (1982):

Situaciones de investigación donde la identidad real del observador como investigador social permanece en secreto y completamente desconocida para aquellos con quienes está en contacto. El investigador pretende ser un participante completo y de hecho algo más. (p. 252. Traducción propia)

A sabiendas de que la investigación cualitativa encubierta ha generado mucha controversia, hasta el punto de hacerse impopular desde los 60's o 70's (Bloor & Ward, 2006) debido en puridad a las orientaciones de la Criminología basadas en la política y a la estandarización del maletín metodológico del criminólogo, fetichistamente adherido en ocasiones a la metodología cuantitativa (Calvey, 2013). Así pues, según algunos cánones estrictos, estaríamos ante una vulneración de la ética de la investigación social (Angrosino, 2007). Si bien es cierto que, en materia criminológica, en España no disponemos de tribunales a tal respecto actualmente. Sin embargo, como defendería Adler & Adler (1994):

Se recuerda a los observadores que deben tener en cuenta el derecho de los sujetos a no ser manipulados cuando se ponderan los beneficios potenciales del rol de investigación frente a los prejuicios que podrían sobrevenir. (p. 389)

Y es que en esta ocasión no solo es que los beneficios potenciales fueran muy elevados²¹, sino que se ha procedido a una delicadeza extrema del tratamiento de los datos. El banco de imágenes fue destruido una vez la fase de análisis fue culminada, los nombres reales de los usuarios y sus números telefónicos solo fueron conocidos por el

²¹ Intentábamos trazar políticas preventivas no solo dirigidas frente a las victimizaciones por agresiones físicas, psicológicas o sexuales, sino también a la transmisión de ETS, el tráfico de estupefacientes o el proxenetismo; teniendo en cuenta que incluso parte de la muestra que estaba compuesta por menores de edad. En el último caso, nos limitamos por cuestiones éticas a confirmar que eran menores de edad y cesábamos el contacto.

etnógrafo, sustituyéndolos o eliminándolos en las transcripciones para que no pudieran ser localizados. Asimismo, los *nicks* que no correspondían a nombres y que se muestran en esta u otras publicaciones fueron procedentes de cuentas que habían sido eliminadas. Por último, en cuanto al tratamiento con los sujetos investigados, nunca se produjo una ruptura de la conversación que le supusiera estigmatización o trauma alguno.

Más allá de las limitaciones éticas formales, se consideró imprescindible realizar este tipo de etnografía porque ya teníamos precedentes actuales suficientes para considerar que un estudio de campo, donde había que acceder a la intimidad más profunda dentro de un campo bourdieuano (Bourdieu, 2004), en el que las tensiones de las fuerzas libidinales y de género se hacían palpables, no podría darse de otra forma (Briggs, 2013, 2018; Luengo, 2010; Muñoz & Salinas, 2018). Asimismo, la evidencia de la eficiencia de este método ha sido ampliamente demostrada (Briggs & Gamero, 2017; Calvey, 2008, 2013; Isabella, 2007; Lugosi, 2006; Winlow, 2001) y el acierto del mismo fue validado cuando en la propia fase 1 del proyecto “*Enrolla2*” dentro de la técnica de entrevistas se percibió que mucha información era ocultada debido al sesgo de deseabilidad (Kvale, 2008). A mayor abundamiento, en la fase 3 compuesta por *focus group* (Barbour, 2007) se tuvo que modificar la composición de los grupos ante la negativa de los usuarios a sentarse cara a cara para debatir.

Por último, es necesario reflexionar sobre el factor ético relacionado con las fotografías explícitas y/o pornográficas. En nuestro caso, las que utilizamos provenían de bancos de imágenes de índole pública donde en ningún caso aparecía rostro alguno²². No obstante, ¿es ético utilizarlas en el proceso etnográfico? A nuestro parecer, entendiendo en el campo en el que nos situábamos, donde ello era una práctica naturalizada, no constituyó una limitación ética sino un modo de comunicación más del campo; así como lo fue utilizar un argot agresivo y/o sexual cuando la otredad demandaba ello de nuestra máscara. No obstante, apercibimos que antes de tomar estas decisiones hay que realizar un juicio cuidadoso de si procede o no realizar dichas acciones, ya que en un campo

²² Sirva de ejemplo www.michocho.com

distinto a este podríamos haber causado daño a terceros o podría no estar justificado el uso de dichas fotografías.

5. Discusión.

En este artículo se ha presentado con detalle el procedimiento metodológico seguido en la fase de etnografía digital del proyecto de investigación “*Enrolla2*”. La finalidad del mismo se dirige a establecer en la comunidad criminológica española una aportación útil para con el desarrollo de investigaciones futuras en el ciberespacio con base etnográfica. Por ello, hemos seguido un camino lógico en el cual se ha pasado desde la descripción del proyecto en el cual se lleva a cabo y la técnica metodológica en lid, hasta las estrategias de campo seguidas para culminar con las limitaciones metodológicas y éticas.

Somos conscientes de que es atrevido realizar una contribución como la presente, dado las importantes limitaciones tanto a nivel fáctico como ético. Sin embargo, también lo somos sobre que todo método y campo tienen unas limitaciones inherentes al mismo. Por tanto, lo que intentamos aquí es valernos de dichas limitaciones para poder superarlas o sortearlas de mejor forma en un próximo estadio de investigación. A su vez, somos conscientes de que este artículo ha sido diseñado como una hoja de ruta que tiene como finalidad explicar el cómo y el porqué de ese cómo, no es un análisis de los resultados de la investigación; sino que dichos resultados a veces salen a relucir a modo de ejemplo. Sin embargo, entendemos que a veces pueda faltar contexto suficiente o datos relativos al análisis final del proyecto para que el artículo fuera más completo. Limitación que pretendemos subsanar con la publicación de los resultados finales de la investigación.

En cuanto a las amplitudes de esta aportación, queremos señalar principalmente tres. En primer lugar, potenciar la etnografía digital (y encubierta) como método valioso de investigación en el ciberespacio. En segundo lugar, incentivar la investigación futura y la aportación de los métodos etnográficos seguidos por otros autores para generar una

disciplina nutrida a tal respecto. Finalmente, se abre el debate sobre los lineamientos de los criterios éticos dentro de la investigación etnográfica digital ínsita en la criminología española.

Una vez culminada la fase etnográfica del proyecto, hemos de reflexionar sobre la necesidad de la etnografía digital en nuestro entorno actual. La realidad del *cyborg* ha llegado para no irse, vemos a jóvenes *millennials* y a la generación Z²³ estando unos frente a otros, pero comunicándose por *Instagram*. Cada vez encontramos más muertes por *selfie*²⁴, dado que buscamos la inmortalidad del momento dejando a un lado la máxima del *carpe diem*. Se aprende a practicar sexo mediante porno *online* o a hacer la comida mediante vídeos de *Youtube*. Nuestro modo de vivir ha mutado, luego nuestro modo de investigar también debe hacerlo.

Tan infructífero es estudiar los astros hoy día desde el telescopio de Galileo, como hacer lo propio en el ciberespacio con técnicas etnográficas de finales del siglo XIX. Por tanto, hemos de intentar ser tan flexibles y raudos como el propio escenario en el que nos movemos, y hemos de generar constantemente estrategias metodológicas adaptadas a los fenómenos y los sujetos de estudio. Todo ello, pasa irremediabilmente por compartir el conocimiento dentro de la propia comunidad científica, dejando a un lado las añejas luchas de escuelas o disciplinas y generando métodos híbridos y abiertos que nos permitan capturar la esencia multifactorial de los fenómenos.

6. Bibliografía.

- Adler P. A. & Adler P (1994). Observational technique. En Denzin N. & Lincoln S. (eds), *Handbook of Qualitative Research* (1ª ed.), pp. 377-392. California: Sage.
- Amedie C. (2015). The Impact of Social Media on Society. *Advanced Writing: Pop Cultural Intersections*, nº 2, pp. 1-19.
- Amnistía Internacional (20 de noviembre, 2017). Amnistía revela alarmante impacto de los abusos contra las mujeres en Internet. Extraído de:

²³ Entendida como la sucesora de la generación *millennial* (El Mundo, 2018).

²⁴ Sirvan de ejemplo las expuestas por Molins (2018).

<https://www.amnesty.org/es/latest/news/2017/11/amnesty-reveals-alarming-impact-of-online-abuse-against-women/>

- Angrosino M. (2007). *Doing Ethnographic and Observational Research*. London: Sage.
- Barbour R. (2007). *Doing Focus Group*. London: Sage.
- Bauman Z. (2000): *Liquid Modernity*. London: Polity Press.
- Baym N. (1999). *Tune In, Log Out, Fandom, and Online Community*. California: Sage.
- Bloor M. & Ward F. (2006). *Keywords in Qualitative Methods: A Vocabulary of Research Concepts*. London: Sage.
- Bourdieu P. (2004). *Campo de poder, Campo Intelectual*. Buenos Aires: Quadrata.
- Bridle J. (2018). *New Dark Age. Technology and the End of the Future*. London: Verso Books.
- Briggs D. (2013). *Deviance and risk on holiday. An Ethnography of British Tourists in Ibiza*. London: Palgrave.
- Briggs D. & Gamero R. (2017). *Dead-end lives. Drugs and violence in the city shadows*. London: Policy Press.
- Briggs D. (2018). Commodifying Intimacy in 'Hard Times': A Hardcore Ethnography of a Luxury Brothel. *Journal of Extreme Anthropology*, vol. 2, nº 1, pp. 66-68.
- Bryman, A. (2012). *Social research methods* (4ª ed.). Oxford: Oxford University Press.
- Bulmer M. (1982). When is Disguise Justified? Alternatives to Covert Participation Observation. *Qualitative Sociology*, vol. 5, nº 4, pp. 251-264.
- Butler J. (1999). *Gender trouble: feminism and subversión of identity*. London: Routledge.
- Calvey D. (2008). The Art and Politics of Covert Research. Doing 'Situated Ethics' in the Field. *Sociology*, vol. 42, nº 5, pp. 905-918.
- Calvey D. (2013). Covert Ethnography in Criminology: a submerged yet creative tradition. *Current Issues in Criminal Justice*, vol. 25, nº 1, pp. 541-550.
- Cedeira B. (24 de Abril, 2018). Se busca al asesino de Grindr que mató a este joven en Madrid tras engañarlo para tener sexo. *El Español*. Extraído de: https://www.elespanol.com/reportajes/20180423/busca-asesino-grindr-joven-madrid-enganarlo-tener/301970877_0.html
- Clifford J. (1983). On Ethnography Authority. *Representations*, nº 2, pp. 118-146.
- Creswell J. (2015). *A concise Introduction to Mixed Methods Research*. London: Sage.
- Díaz de Rada A. (2011). *El taller del etnógrafo. Materiales y herramientas de investigación en etnografía*. Madrid: UNED.
- El Mundo (2018). Generación Z. Contada por sí misma. Extraído de: <http://lab.elmundo.es/generacion-z/que-es.html>

- Estalella A. (2018). Etnografías de lo digital: Remediaciones y recursividad del método antropológico. *Revista de Antropología Iberoamericana*, vol. 13, nº 1, pp. 45-68.
- Hammersley M. & Atkinson P. (1994). *Etnografía: Métodos de investigación*. Barcelona: Paidós Ibérica.
- Haraway D. (1991). *Simians, Cyborgs and Women: The reinvention of Nature*. New York: Routledge.
- Hine C. (2000). *Virtual Ethnography*. London: Sage.
- Hine C. (2015). *Ethnography for the Internet. Embedded, embodied and everyday*. London: Bloomsbury Academic.
- Isabella S. (2007). Ethnography of Online Role-Playing Games: The Role of Virtual and Real Contest in the Construction of the Field. *Forum Qualitative Social Research*, vol. 8, nº 3, art. 36.
- Ito M. (1997). Virtually embodied: The reality of fantasy in a multiuser dungeon. En Porter D. (ed.) *Internet Culture*, pp. 87-109. London: Routledge.
- Kozinets R. (2010). *Netnography. Doing Ethnographic Research Online*. London: Sage.
- Kvale S. (2008). *Doing interviews*. London: Sage.
- Luengo F. (2010). Masculinidades no dominantes: una etnografía de gaydar [TFM]. Extraído de: <http://repositorio.flacsoandes.edu.ec/bitstream/10469/3273/1/TFLACSO-2010FLB.pdf>
- Lugosi P. (2006). Between Overt and Covert Research. Concealment and Disclosure in an Ethnographic Study of Commercial Hospitality. *Qualitative Inquiry*, vol. 2, nº 3, pp. 541-561.
- Lyman P. & Wakeford N. (1999). Going into the (virtual) field. *American Behavioral Scientist*, vol. 43, nº 3, pp. 359-376.
- Molins A. (1 de julio, 2018). Causa de la muerte, una selfie. *La Vanguardia* versión digital. Extraído de: <https://www.lavanguardia.com/vida/20180701/45527373074/muerte-selfie-india.html>
- Muñoz R. & Salinas C. (2018). La crisis de la autoridad del etnografiado. Metodologías encubiertas e investigación en derechos humanos y población vulnerable: Dos estudios de caso en México. *Revista Interdisciplinaria de Estudios de Género de El Colegio de México*, vol. 4, e158.
- Pérez J. R. (2017). *We Are Cyborgs*. Palma de Mallorca: Grupo Editorial Criminología y Justicia.
- Pink S., Horst H, Postill J., Hjorth L, Lewis T. & Tacchi J. (2016). *Digital Ethnography. Principles and Practice*. London: Sage.
- Rapley T. (2007). *Doing Conversation, Discourse, and Document Analysis*. London: Sage.
- Silva A., Pérez J. R. & Briggs D. (2018). El escuadrón suicida de la Criminología: Innovación etnográfica en contextos de ocio nocturno. Casos

Magaluf y “raves”. *Archivos de Criminología, Seguridad Privada y Criminalística*. Vol. XI, nº 21, pp. 109-134.

- Velasco H. & Díaz de la Rada A. (2009). *La lógica de la investigación etnográfica: un modelo de trabajo para etnógrafos de la escuela* (6ª ed.). Madrid: Editorial Trotta.
- Winlow S. (2001). *Badfellas: Crime, Tradition and New Masculinities*. London: Berg.