



SEMINARIO


El valor de la etnografía para el diseño
de productos, servicios y políticas TIC



DOC.MX

MEMORIAS

COORDINADOR:
Maximino Matus Ruiz

 **DOC.MX**



El valor de la etnografía para el diseño de productos,
servicios y políticas TIC

Memoria del Seminario.

Coordinador:

Maximino Matus Ruiz

Dirección Ejecutiva (DE)

Mtro. Sergio Carrera Riva Palacio

Dirección Adjunta de Innovación y Conocimiento (DAIC)

Dr. Juan Carlos Téllez Mosqueda

Dirección Adjunta de Desarrollo Tecnológico (DADT)

Ing. Alfredo Víctor Burgos Menéndez

Dirección Adjunta de Administración de Proyectos (DAAP)

C. Fausto Arturo Beltrán Ugarte

Dirección Adjunta de Competitividad (DAC)

Mtro. Armando Peralta Díaz

Dirección Adjunta de Administración (DAA)

Lic. Hilda Georgina Méndez Lozoya

**El valor de la etnografía para el diseño de productos,
servicios y políticas TIC**

Colección Memorias de Seminarios

No. 3

© Maximino Matus Ruiz
(coordinador)

Primera Edición: agosto de 2014

ISBN: 978-607-7763-14-7

**D.R. © Centro de Investigación e Innovación en Tecnologías
de la Información y Comunicación (INFOTEC)**

Av. San Fernando No. 37, Colonia Toriello Guerra

Delegación Tlalpan, C.P. 14050, México, D.F.

México, MMXIV


www.infotec.com.mx

Prohibida la reproducción total o parcial, de la obra, sin la autorización por escrito de INFOTEC.

Impreso en México / *Printed in México*

Tabla de contenido

Introducción	5
1. Nuevas metodologías para la etnografía en línea	
1.1 Antropología Digital: El retorno a la comunidad y la cuarta fuente de la reflexión etnológica. Marcos de Colsa, Luis Jaime González y Axel Mayen	13
1.2 Webnography. Etnografía en línea. María Elena Robles	21
1.3 Explorando el uso de Facebook dentro de grupos tradicionales: el caso de la Danza de Concheros. Un abordaje netnográfico. Gloria Laura Cariño Huerta	25
1.4 ¿Residencia o ancestros? Estrategias de acceso a la nacionalidad Española en un foro virtual en Internet. Pablo Mateos y Jorge Durand	39
2. Etnografía para el diseño de productos y servicios TIC	
2.1 MigranTIC. Visualización de datos sobre migrantes en tránsito por México. Yosune Chamizo Alberro y Gilberto Leon Martagón	57
2.2 El sistema educativo desde una aproximación antropológica para la industria de la tecnología. Mauricio Guadarrama Bazante	63
2.3 ¿Distopías urbanas? Smart Cities en la nueva economía global. Rodrigo Ramírez Autrán	67
3. Etnografía para el diseño y evaluación de política pública TIC	
3.1 La etnografía en el diseño de estrategias de tecnologías de la información y comunicación en gobiernos locales de México. Patricia Gómez Pérez	77
3.2 Hacia una mirada cualitativa de la brecha digital. Retos y oportunidades en dos estudios de caso en México y EUA. Gerardo D. Sánchez	85
3.3 Modelo de apropiamiento para el programa Pago Móvil. Adriana Sánchez	93
Reseñas de los autores.....	96

 **DOC.MX**

Introducción

La etnografía ha sido definida por Hamme y Atkinson como la forma más básica de investigación social (1994). El término se compone de dos palabras griegas: *ethnos*, “tribu o pueblo”, y *grapho*, “escribir o yo escribo”; lo que literalmente significa “escribir –o yo escribo– sobre el pueblo o tribu”. En su extensión el concepto implica la existencia de un agregado social, lo que cancela a la auto-biografía como parte del método. Sin embargo, en la práctica académica hay quienes han escrito autoetnografías y argumentan en favor de su validez metodológica (Maguire 2006). Además habrá que recordar que desde tiempos inmemorables se han escrito diarios personales sobre viajes, así como eventos de la vida cotidiana (Herodoto 2006). Por ello es posible argumentar que todo ser humano es capaz de realizar etnografía, pues su proceder metodológico es semejante a la forma como otorgamos sentido a nuestra cotidianidad (*Ibid.*); es decir, mediante la práctica o el conocimiento empírico. No obstante, mientras en raras ocasiones nos detenemos a reflexionar sobre la forma como generamos sentido, la etnografía demanda una continua sistematicidad y reflexión en la producción de conocimiento. La metáfora de Tim Ingold respecto a la vida de los Inuits, habitantes del polo norte, como líneas fluidas que se oponen a los puntos fragmentados del capitalismo occidental (Ingold 2007) es de utilidad para explicar la diferencia; en su devenir los seres humanos generan líneas fluidas de vida que dejan su rastro en forma de puntos. Los etnógrafos recogen sistemáticamente dichos fragmentos y los ensamblan en nuevas líneas capaces de explicar el sentido de las prácticas que los generaron; pero para que esto sea posible, antes es necesario que el etnógrafo sea reflexivo, es decir, que se reconozca de forma plena como parte del mundo social que estudia (Hamme y Atkinson 1994); que se cuestione sobre la forma como lo afecta y es afectado (Latour 2004); que genere conocimiento a partir del sentido común (Geertz 1983); que deje de preocuparse por la objetividad y en su lugar genere un conocimiento intersubjetivo para desarrollar y comprobar teorías (Hamme y Atkinson 1994). Por todo lo anterior, hacer etnografía no equivale a describir sistemática y objetivamente hechos sociales y culturales sucedidos en un momento y tiempo dado, sino como lo ha señalado Claudio Lomnitz, la etnografía es un método que requiere “poner el cuerpo por delante”¹ –y por supuesto, cada cuerpo es diferente–.

El método etnográfico tradicionalmente implica participar de forma abierta en la vida cotidiana de personas durante un periodo de tiempo relativamente extenso, viendo lo que pasa, escuchando lo que se dice y preguntando cosas sobre un tema

en particular (*Ibid.*). La observación participante resulta fundamental en este método de investigación. El dato no es un ente aislado que espera a ser descubierto, sino que este se construye en la interacción de subjetividades para luego ser registrado sistemáticamente en un diario de campo cuyo análisis genera conocimiento sobre alguna dimensión social o cultural perteneciente a un tiempo y espacio determinado.

Si bien tradicionalmente el espacio de la práctica etnográfica se encontraba delimitado dentro de fronteras geográficas cartesianas, décadas antes del cambio de milenio la itinerancia del etnógrafo se hizo necesaria pues el método localizado no era capaz de captar la fluidez de los sujetos estudiados. De hecho, hay quienes consideran que el método etnográfico localizado respondía a una ideología colonialista y nación-centrista. En sus albores hacia el final del siglo XIX, la antropología se enfocó al estudio de los espacios donde se consideraba que las culturas se expresaban con mayor *folklore* y excentricidad; África y el suroeste asiático fueron espacios privilegiados. No fue sino hasta el segundo cuarto del siglo XX cuando se comenzó a practicar formalmente la antropología urbana en la Escuela de Chicago. Sin embargo, la mayoría de los estudios pioneros seguían siendo localizados, interesados por el exotismo, los grupos marginales y en el mejor de los casos enfocados en identificar o desmitificar un *continuum folk*-urbano (Redfield 1941; Lewis 1971).

No fue sino hasta la segunda mitad del siglo XX cuando comenzaron a surgir las primeras etnografías multisitiadas que tenían la finalidad de romper con la visión colonialista y nación-centrista antes descrita. Dicha práctica metodológica surgió como extensión de la teoría del sistema mundo que desde la economía política cuestionaba al capitalismo. Marcus, quien fuera uno de los pioneros en dicha práctica metodológica proponía que la etnografía multisitiada permitía aprehender significados en movimiento; “objetos e identidades culturales en un tiempo-espacio difuso” (Marcus 2001:111). No paso mucho tiempo antes de que los estudios transnacionales retomaran la propuesta metodológica (Schiller, Bash y Szanton-Blanc 1995; Besserer 1999) y la popularizaran para el estudio de las múltiples dimensiones que distinguen a las comunidades migrantes. Este giro metodológico era necesario pues como fue señalado por Gupta y Ferguson: “la ficción de las culturas como objetos discretos que ocupan espacios discretos es implausible para los que habitan o viven cruzando las fronteras, entre ellos –trabajadores migrantes, nómadas, miembros de los negocios transnacionales y la elite profesional–” (Gupta y Ferguson 1999:34, traducción propia).

También fue hacia las últimas décadas del siglo XX cuando las corporaciones transnacionales que desarrollan tecnología comenzaron a hacer uso de la etnografía para conocer de

1 (Lomnitz: <http://www.jornada.unam.mx/2013/11/27/opinion/023a1pol>).

mejor forma a sus consumidores e innovar en su oferta de productos y servicios. Algunas de las empresas tecnológicas pioneras en integrar antropólogos a sus equipos de trabajo fueron Intel, Motorola, Nokia, y Xerox. Dentro de esta última compañía destaca Lucy Shuman, quien trabajó desde 1989 por 22 años en el centro de investigación de Xerox en Palo Alto, donde era la Investigadora principal y directora del laboratorio de Tecnología y Práctica laboral. En el caso de Intel destaca la antropóloga Genevive Bell, quien labora en la compañía desde la década de 1990 y en la actualidad es directora de Investigación de Interacción y Experiencia del usuario, “su misión es entender cómo la gente está usando la tecnología hoy día para de esta forma poder crear una mejor tecnología para el mañana”². Motorola y Nokia particularmente han integrado antropólogos en sus equipos de investigación para incorporar la experiencia de los usuarios e innovar en la llamada “vida móvil”; posibilitada por los dispositivos que desarrollan.

Hacia el cambio del milenio, el trabajo de los antropólogos en la industria comenzó a popularizarse e institucionalizarse. Es así como en 2005 nace la Conferencia de la Praxis Etnográfica en la Industria (EPIC por sus siglas en inglés). Dicha conferencia “promueve el uso de la investigación etnográfica y los principios en el estudio del comportamiento humano en tanto son aplicados a los negocios”³. El foro que asiste a EPIC es diverso; representantes del gobierno, la industria, etnógrafos profesionales, académicos y estudiantes. La mayoría de las conferencias discuten el uso de la etnografía para innovar algún servicio o producto en el sector público y privado. El tema de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) ha sido abordado desde la primera conferencia por diversos panelistas. Por ello no resulta extraño que miembros de Intel, Microsoft e IBM hayan participado como coorganizadores o miembros del comité académico desde el primer encuentro.

En tiempos recientes, el advenimiento del *Big data* ha promovido que se hable en algunos círculos académicos y de difusión del “resurgimiento de la antropología”⁴ o al menos de la etnografía⁵. Los detractores del *Big Data* aseguran que el resurgimiento de la etnografía se debe a que los algoritmos que encuentran correlaciones en el *Big Data* difícilmente tienen la capacidad de entender a fondo el significado de los resultados arrojados; se está privilegiando la cantidad por

la calidad; la ilusión positivista de la máquina se está imponiendo sobre la realidad subjetiva que existe detrás de toda relación humana.

A la par de los detractores de los datos generados por grandes cúmulos de información y algoritmos que la correlacionan, también hay antropólogos y/o sociólogos que abogan por hacer uso de las computadoras y las tecnologías móviles, particularmente en lo que se refiere a los estudios sociales de la ciencia y la tecnología. Tal es el caso de Bruno Latour, quien al hablar de la vigencia de Gabriel Tarde y su propuesta para cuantificar la contaminación de la pasión entre individuos (Tarde 1902), menciona que hoy en día es posible “...navegar en nuestras pantallas de los puntos de datos individuales a los agregados y de regreso... el todo ahora no es nada más que una visualización provisional que puede ser modificada y ser reversible cuando se quiera, yendo de regreso a los componentes individuales y después buscando también otras herramientas para reagrupar los mismos elementos en ensamblajes alternativos” (Latour 2010:116, traducción propia).

Por su parte, para el caso particular de los estudios de consumo y *marketing* Kozinets propuso denominar a la etnografía realizada en Internet como *netnography* (2012), la cual definió como “una forma especializada de etnografía adaptada a las particulares contingencias mediadas por computadora de los mundos sociales contemporáneos” (Kozinets 2010:1, traducción propia). También hay quienes se refieren a esta técnica de investigación para el estudio de mercados como *webnography* (Barbarena y León 2010). En español han sido diversos los nombres con los que se le ha denominado a este tipo de etnografía: virtual, digital, conectiva, de la red, ciber-etnografía, etc. Las posturas y sus usos varían; hay quienes consideran que esta forma de hacer etnografía solo es permisible para los estudios de mercado, otros piensan que es una forma válida de hacer investigación, pero que no puede ser llamada etnografía pues dista mucho de su referente original. Por su parte hay quienes desde la academia argumentan que no solo es válido, sino necesario practicar este tipo de etnografía si deseamos aprehender la fugacidad, ubicuidad y masividad que distinguen a algunos de los fenómenos contemporáneos que se generan en el mundo virtual y se trasladan al actual o viceversa. Lo cierto es que este tipo de etnografía ha dejado de poner el cuerpo físico por delante⁶ y en su lugar el antropólogo ha dislocado y extendido su corporalidad en el nuevo medio, al igual que sucede con el de aquellos con quienes se relaciona. Habrá que ver si el practicante de esta nueva variedad de etnografía seguirá siendo capaz de ser reflexivo; de reconocerse de forma plena como parte del mundo social que estudia y de generar

2 (<http://www.intel.com/content/www/us/en/corporate-responsibility/better-future/intel-anthropologist-genevive-bell.html> . Traducción propia)

3 (<http://epiconference.com/>, traducción propia)

4 (Lomnitz 2013: <http://www.jornada.unam.mx/2013/11/27/opinion/023a1pol>)

5 (Wang: <http://ethnographymatters.net/blog/2013/05/13/big-data-needs-thick-data/>; Burrell: <http://ethnographymatters.net/blog/2012/05/28/small-data-people-in-a-big-data-world/>)

6 (Lomnitz: <http://www.jornada.unam.mx/2013/11/27/opinion/023a1pol>).

conocimiento intersubjetivo para desarrollar y comprobar teorías (Hamme y Atkinson 1994), pues la lejanía física no necesariamente implica que en el mundo virtual la fenomenología desaparezca.

Sin duda, los retos de la antropología y su método, la etnografía, interesada por el estudio de las nuevas realidades generadas de relación humano-TIC son variados. Es por ello que el 11 de diciembre de 2013 la oficina de Tecno-antropología de Infotec, decidió llevar a cabo el seminario “El valor de la etnografía para el diseño de productos, servicios y políticas TIC”. El seminario tuvo como objetivo recuperar las experiencias que académicos, profesionales de la industria y sociedad civil hubieran tenido sobre el uso de dicha metodología en el ámbito de las TIC y particularmente sobre sus aportes para el diseño pertinente de productos, servicios y políticas públicas centradas en las necesidades de los usuarios y/o ciudadanos. El seminario contó con 15 invitados divididos en tres mesas temáticas: 1) Nuevas metodologías para la etnografía en línea, 2) Etnografía para el diseño de productos y servicios TIC, y 3) Etnografía para el diseño y evaluación de política pública. Tres invitados no lograron concretar su participación debido a diversas complicaciones, pero en algunos casos enviaron por escrito su colaboración para las memorias del mismo. Por el contrario, algunos de quienes sí estuvieron presentes no lo hicieron. Como resultado, el presente tomo está compuesto por diez capítulos.

Las tres secciones de las memorias que hoy presentamos corresponden a las diferentes mesas en las que estuvo organizado el evento. En seguida se explica cómo está organizada cada sección, se presenta a los autores y el contenido de los trabajos que se exponen.

La primera sección, *Nuevas metodologías para la etnografía en línea*, está compuesta por cuatro trabajos. El primero de estos se intitula *Antropología Digital: El retorno a la comunidad y la cuarta fuente de la reflexión etnológica*. Esta es una colaboración de Marcos de Colsa, Luis Jaime González y Axel Mayen, fundadores y colaboradores de la consultoría Antropomedia, especializada en investigación netnográfica y mapas reticulares o “sociometrías”. En su artículo los autores proponen que la antropología en México está en una fase de renovación, ya que ha poco a poco ha salido del espacio académico y gubernamental al que tradicionalmente estaba confinada y en tiempos recientes ha logrado entrar al sector privado. Sin embargo, desde su perspectiva esto no quiere decir que los diferentes ámbitos de la práctica antropológica estén en conflicto, sino que por el contrario, abogan por su interlocución y al mismo tiempo por su apertura a la multidisciplina. Además consideran que el boom de las redes sociales —o redes de segundo orden— en internet han inyectado vitalidad a la disciplina. No obstante, esto implicó que su

objeto tradicional de estudio también cambiara y se hiciera necesario reconstruirlo para emerger bajo una nueva epistemología. A lo largo de las diferentes secciones que conforman el texto los autores explican como esta reconstrucción epistemológica ha sido entendida y abordada en la práctica profesional por el equipo de Antropomedia.

La segunda colaboración del primer apartado es *Webnography. Etnografía en línea*, de María Elena Robles, cofundadora de *Factory Ideas*. Dicha consultoría está especializada en la investigación de mercados mediante la etnografía en línea. La autora argumenta que la particularidad de esta práctica requiere de técnicas y metodologías específicas, además de un enfoque teórico que permita conocer el porqué de los diversos discursos en la *web*. Para la autora el ciberespacio sólo encuentra su sentido en las múltiples prácticas humanas que en él se ejercen y el reto de la consultoría es convertir dichas prácticas en información útil para la toma de decisiones. Las seis diferentes técnicas de investigación desarrolladas por *Factory ideas* permiten detectar y perfilar a quienes están emitiendo sus opiniones de forma espontánea a través de diversas plataformas virtuales, así como identificar sus perfil demográficos y psicográficos. El trabajo de consultoría realizado por *Factory ideas* encuentra sustento teórico en los postulados de Michel de Certeau (1996), quien centró buena parte de sus estudios en las artes de lo cotidiano, así como el transcurrir entre espacio y territorio urbano. Para la autora, son precisamente las prácticas de lo cotidiano y como son narradas a través de las redes sociales, lo que permite conocer a los cibernautas dentro del espacio virtual, así como su comportamiento en el mundo *offline*. Desde este punto de vista, Internet es un *territorio* que se construye día a día por los ciberusuarios; en cada relato, en cada discurso, en cada opinión, es posible encontrar un extracto del pensamiento que distingue a la sociedad actual.

El tercer texto que conforma la primera sección es *Explorando el uso de Facebook dentro de grupos tradicionales: el caso de la Danza de Concheros. Un abordaje netnográfico*, de Gloria Cariño, quien forma parte de la Oficina de Tecno-Antropología de Infotec. El objetivo de la investigación que presenta fue explorar la manera en que comunidades con las mismas tradiciones culturales, se comportan a través de las redes sociales de segundo orden. Particularmente se explora el caso de la comunidad de concheros y la manera en que sus miembros utilizan *Facebook* desde diferentes espacios de la República mexicana. Debido a que un elemento distintivo de esta plataforma es el uso recurrente de imágenes y publicaciones escritas, la autora argumenta que es posible hacer “arqueología” de la vida de las personas que en ella interactúan. En términos generales a lo largo del texto se argumenta que a partir del estudio de comunidades representadas en la virtualidad, pueden conocerse aspectos

relevantes de la cultura y la sociedad actual, pero además, promueven su cambio. La autora ejemplifica esta hipótesis con el caso de una diseñadora de modas que es danzante y ha tenido una influencia relevante en el cambio estético de la indumentaria tradicional femenina de este colectivo. Debido al gusto que generaron sus diseños, esta persona ha subido a *facebook* los patrones de sus vestidos, además de la técnica de hechura para que sean copiados con libertad por el resto de la comunidad. Por último, cabe destacar, que quien suscribe el artículo también es danzante, hecho que le permitió comparar con facilidad el tránsito entre la virtualidad a la actualidad del grupo estudiado. Sin embargo, desde un principio fue abierta sobre sus objetivos investigación, lo cual trae a colación el tema de ética en la práctica netnográfica ¿Qué principios éticos pueden o deben guiar la investigación antropológica en línea?

Finalmente, el cuarto capítulo de la primera sección es *¿Residencia o ancestros? Estrategias de acceso a la nacionalidad Española en un foro virtual en Internet*, contribución de los investigadores Pablo Mateos y Jorge Durand. En su artículo los autores hacen un uso exclusivamente académico de la netnografía, con la finalidad de estudiar dos formas opuestas de acceso a la nacionalidad española: a través de la residencia o gracias a los ancestros. La metodología que guio el estudio fue tanto cuantitativa como cualitativa y requirió el análisis de cerca de 41.000 mensajes enviados por 2.860 personas a un foro virtual con alcance mundial. En esta plataforma se comparten preguntas, información e inquietudes acerca del proceso de solicitud de la nacionalidad española. Para recabar y analizar la información se construyó un menú de consulta y entrada de datos en *Microsoft Access*, lo cual permitió acceder a todos mensajes enviados por cada usuario, así como agruparlos por grupos de discusión y ordenados por fecha ascendente. La técnica de análisis implicó el estudio del contenido de los mensajes enviados por persona, comenzando por los enviados al grupo de discusión de nacionalidad hasta completar las 16 variables distinguidas o agotar los mensajes. A lo largo de las diferentes secciones que componen el texto los autores exploran la historia de la migración española así como las políticas que la han regulado. Además analizan como el capital social y lo que denominan “capital étnico” es utilizado por los migrantes a manera de recursos que facilitan el acceso a la nacionalidad. La novedad de la técnica metodológica utilizada permitió a los investigadores introducir una visión alternativa en los estudios del acceso a la nacionalidad, los cuales argumentan, tradicionalmente han estado dominados por la perspectiva de las sociedades de “destino” y donde escasean los enfoques centrados en los migrantes y sus sociedades de “origen”. Además argumentan que otra ventaja del método utilizado es su bajo coste y facilidad de acceso para la cantidad de información que se puede reco-

pilar, así como la ausencia de “efecto del observador” en las declaraciones recogidas en el foro.

La segunda sección que componen estas memorias es *Etnografía para el diseño de productos y servicios TIC*. Son tres los textos que discuten el tema. El primero de estos se intitula *MigranTIC. Visualización de datos sobre migrantes en tránsito por México*, colaboración de Yosune Chamizo Alberro y Gilberto Leon Martagón. El expone un proyecto que se origina en la Maestría en Diseño, Información y Comunicación de la Universidad Autónoma Metropolitana Unidad Cuajimalpa. Este se trata de un posgrado interdisciplinario que reúne las líneas de Diseño de Información, Sistemas para la Interacción y Estrategias en Comunicación; los proyectos resultantes para obtener el grado deben abarcar las tres disciplinas. A lo largo del capítulo los autores presentan las particularidades de su proyecto de grado. En primer lugar argumentan que debido a la inexistencia de estadísticas exactas sobre el número de migrantes irregulares que entran en México o cruzan a Estados Unidos sin ser detectados, se hace necesario desarrollar un sistema de información sobre el tránsito de migrantes en el país, que entre otras cosas dé cuenta de los flujos, estadísticas y testimonios de sus actores. Por ello su proyecto de tesis consiste en una aplicación *web* que visualizará datos sobre migrantes en tránsito por México. Esto con la finalidad de automatizar el procesamiento e interpretación de datos duros obtenidos de fuentes inmediatas al fenómeno migratorio. Desde su perspectiva su desarrollo logrará dotar a los actores involucrados en el tema —académicos, periodistas, encargados de albergues, integrantes de ONG, etcétera—, de una herramienta pública, fácil de usar y con posibilidades de crecimiento a corto, mediano y largo plazo, que facilitará la investigación, intervención y toma de decisiones. Para desarrollar la solución tecnológica los autores realizaron múltiples entrevistas con los usuarios potenciales. Consideran que dicha técnica de investigación fue fundamental para detectar la pertinencia de la solución, errores en la propuesta y aumentar secciones que no se tenían contempladas; es de destacar que a lo largo del artículo y el desarrollo tecnológico, el usuario siempre está en el centro del diseño.

El segundo capítulo que presenta la sección es *El sistema educativo desde una aproximación antropológica para la industria de la tecnología*, de Mauricio Guadarrama Bazante. A lo largo de su exposición el autor, quien forma parte del equipo de la consultoría de innovación *Insitum*, explica a detalle el desarrollo de un proyecto realizado para una importante empresa tecnológica. El autor argumenta que en los proyectos de innovación desarrollados por *Insitum*, se utiliza la visión del diseñador (más pragmática) acompañada del enfoque antropológico (de fondo y sin prejuicios) para generar valor a la industria. En este caso el cliente fue Intel. Su interés particular era conocer a fondo el sistema educativo y sus actores