

Imágenes, traperas e Instagram. Reflexiones netnográficas a fuego lento¹

Carla Barrio²

Recibido: 22 de agosto de 2022 / Aceptado: 25 de febrero de 2023 / [OPR](#)

Resumen. Las experiencias visuales, el eclecticismo y las redes sociales plantean nuevos retos a la sociología y la antropología críticas. Este artículo tiene como objetivo reflexionar sobre el potencial de la netnografía como una herramienta idónea para analizar la impronta de las estructuras de estos entornos en las prácticas cotidianas. Para ello vamos a desnudar el proceso de elaboración de categorías de un estudio de caso sobre el impacto del diseño de la plataforma Instagram en la construcción del estilo de una muestra de ‘traperas’. El carácter estructural de la netnografía nos llevó a establecer tres dimensiones basadas en los usos de estas jóvenes de las diferentes funcionalidades visuales de la plataforma –affordances–. Ofrecemos así una reflexión técnica sobre las posibilidades de este método para profundizar en los fenómenos sociales y establecer categorías analíticas que surjan desde los propios entornos digitales, para no reproducir las lógicas derivadas de las categorías tradicionalmente en la investigación social. Un ejercicio con el que buscamos ofrecer una alternativa a las lógicas mayoritarias de la investigación digital como el Big Data.

Palabras clave: análisis sistemático; cultura visual; economía de la atención; metodologías digitales; redes sociales.

[en] Images, female trappers, and Instagram. Slow-cooked nethnographical reflections

Abstract. Visual experiences, eclecticism and social media platforms create new challenges for critical sociology and anthropology. The aim of this article is to reflect on the potential of Nethnography as an appropriate methodological tool with which to analyze the impact of digital structures on everyday social practices. To do so, this article takes a ‘behind-the-scenes’ look at the development of analytic categories in a case study on the impact of the design of the Instagram platform on the style of a sample of young female ‘trappers’. The nethnography’s structural-type analysis led to the establishment of three dimensions based on the uses the young trappers made of the different visual functionalities – or affordances – of the Instagram platform. In discussing how these dimensions were established, the article provides a technical analysis of this method as a way to investigate social changes and to establish analytic categories that emerge from digital environments themselves, and therefore avoids reproducing the logics and categories of traditional social research methods. As an approach, this method offers an alternative to the predominant logics of digital research based on Big Data.

Keywords: attention economy; digital methods; social media platforms; systematic analysis; visual culture.

Sumario. 1. Introducción. 2. La importancia de las arquitecturas funcionales. 3. El carácter inverso de la netnografía estructural. 4. Nuestro estudio de caso: las traperas en Instagram. 5. El proceso de aplicación netnográfica. 6. Discusión y conclusiones. 7. Disponibilidad de datos depositados. 8. Referencias.

Cómo citar: Barrio, Carla (2023). Imágenes, traperas e Instagram. Reflexiones metodológicas netnográficas a fuego lento. *Teknokultura. Revista de Cultura Digital y Movimientos Sociales*, 20(2), 165-173. <https://doi.org/10.5209/tekn.83534>

1. Introducción

En un mundo donde la presencia de la tecnología en nuestras vidas parece no tener límites, los entornos digitales se han convertido en parte de lo social en sí mismo (Lovink, 2019). Plataformas como Spotify, Twitch o Bumble han modificado el modo que escuchamos

música, entendemos el juego o establecemos nuestros encuentros afectivos. Dentro de este contexto, las observaciones etnográficas que tienen lugar en la red, también conocidas como netnografías, ayudan a comprender las implicaciones de lo digital en nuestras sociedades.

Hace ya más de dos décadas, Christine Hine (2000) aglutinó y enmarcó un campo hasta ese momento for-

¹ SeGREVUni (RTI2018-093627-B-I00) cofinanciado por el Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades y la Unión Europea, dentro del programa Estatal I+D+I Orientada a los Retos de la Sociedad 2018. Esta publicación refleja únicamente la visión de la autora. El Ministerio no se hace responsable del uso derivado de las informaciones contenidas en la misma.

² Universidad Carlos III de Madrid (España)
E-mail: cabarrio@uc3m.es
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0684-6926>

mado por publicaciones escasas y dispersas (Pink et al., 2016). Desde entonces, la presencia en la investigación social de este método no ha dejado de aumentar (Airoldi, 2018; Ardévol y Gómez-Cruz, 2012; Ardévol y Vayreda, 2002; Fresno, 2011; Hammersley et al., 2009; Hine, 2000; Horst y Miller, 2012; Mosquera, 2008; Postill y Pink, 2012).

La netnografía se define como un método derivado de la etnografía que se ha adaptado al estudio de las comunidades, experiencias y significaciones que tienen lugar en los entornos digitales. Su especificidad, flexibilidad y capacidad para adaptarse a las lógicas de estos entornos ha hecho que se defina como una metodología digital en sí misma (Xun y Reynolds, 2010). Entre las múltiples especificidades del método, destaca su potencial para estudiar la impronta de las estructuras digitales en la vida diaria (Hammersley et al., 2009). Un elemento que, a nuestro modo de ver, la convierte en una herramienta central para el estudio de las convergencias entre las configuraciones sociales y las posibilidades tecnológicas de las arquitecturas digitales (Gordo et al., 2012; de Rivera, et al., 2017; de Rivera, 2019; Finkel y Gordo, 2019).

Sería absurdo negar los diferentes fundamentos epistemológicos que han dado la forma a la netnografía. De hecho, al denominarla de este modo, nos estamos posicionando dentro de este debate. En un primer momento, las conocidas como las ‘etnografías del ciberespacio’ se centraban en las interacciones que tenían lugar en las comunidades digitales, las cuales se entendían como un fenómeno homogéneo y aislado dentro de lo online (Ardévol y Gómez-Cruz, 2012). En un segundo momento, se dio paso a las denominadas ‘etnografías virtuales o de Internet’, aquellas caracterizadas por definir el ciberespacio como la suma de diferentes contextos, pero que todavía hacían una distinción muy marcada entre lo físico y lo digital (Hine, 2000). Actualmente, gran parte de las indagaciones que se articulan en esta línea, parten de una concepción de los entornos digitales en tanto que híbridos o mixtos, asumiendo las convergencias entre lo físico y lo online a las que hacíamos referencia previa.

Sin embargo, en este trabajo hablamos de netnografía con una doble intención. Por un lado, nos decantamos por el término netnografía puesto que, por un lado, consideramos que le brinda entidad propia al método digital, sin negar sus orígenes. Por el otro, nos interesa su capacidad de destacar la importancia de la red, de la *net*, es decir, de las estructuras que conforman el entorno. En otras palabras, la netnografía se interesa por la relación entre las prácticas concretas y los diseños funcionales de las plataformas. Entendiendo la funcionalidad del diseño como el resultado derivado de una serie de módulos que establecen relaciones y recorridos, de manera ordenada, entre elementos, los cuales se constituyen para dar respuesta a un determinado objetivo o requerimiento. A pesar del interés de este método por las estructuras, en este trabajo nos ubicamos en la vertiente estructural de la netnografía. Esta vertiente encuentra sus principales referente en la así denominada ‘arqueología de medios’ (Bravo et al., 2017; Huhtamo

y Parikka, 2011; Mattern, 2019; Parikka, 2012; Wolfgang, 2003; Zielinski, 2006) si bien va un paso más allá, en tanto que presta atención a las relaciones concretas como una forma de acceder a al impacto de las configuraciones estructurales en lo cotidiano (véase en castellano Gordo y Megías, 2006).

En el intento de acortar la distancia que tiende a establecerse en las ciencias sociales, entre las reflexiones epistemológico-metodológicas y sus aplicaciones prácticas (Sádaba y Rendueles, 2016), proponemos alejarnos de la vertiente instrumental de la netnografía y presentarla desde un estudio de caso concreto. Para ello, en estas páginas vamos a desnudar las diferentes fases metodológicas de mi tesis doctoral titulada *El algoritmo trap: entre apropiaciones y distinciones del gusto digital* (Barrio, 2022). En este trabajo abordo los efectos de los diseños de las redes sociales en los procesos de distinción contemporáneos a partir del estudio del estilo ‘trap’ –entendido como la estética asociada al subgénero musical derivado del rap que destaca por su indeterminación, velocidad e imprecisión, así como por su potencial para transformarse y combinarse con otras tendencias– y su despliegue visual en la plataforma Instagram. En este artículo, en primer lugar, reflexiono sobre el potencial del método para el estudio de las estructuras digitales y, en segundo, trataré de explicar cómo adentrarnos en estas estructuras, sin utilizar categorías preestablecidas de los diferentes grupos o géneros sociales.

2. La importancia de las arquitecturas funcionales

El diseño funcional de las plataformas condiciona las prácticas que tienen cabida en su interior. Sin embargo, el alto nivel de presencia que tienen en la vida diaria hace que sus efectos pasen desapercibidos, se naturalicen o se entiendan como decisiones personales. Las funcionalidades de las que dispone un entorno definen una serie de pasos que guían la acción dentro de sus fronteras –‘gramáticas de acción’ (Agre, 1994)–. Cuando compramos una camiseta por Internet, o cuando mantenemos una conversación a través de una red social, la plataforma invita a seguir una serie de procesos. Por ejemplo, a escoger entre prendas de hombre o de mujer y entre una serie de tipos de prendas estilos y colores. Tras ello, miramos una serie de fotografías, escogemos una talla, e introducimos nuestra elección en el carro de la compra y, si nos la quedamos, comienzan todos los pasos relativos al pago.

Procesos como el anterior evidencian la influencia del diseño en las prácticas digitales, pero no las determinan. El diseño de cualquier tecnología ya sea físico, como un jarra de agua, o digital, como YouTube, está pensado para cumplir con unos objetivos concretos. Por ejemplo, la jarra se creó con el objetivo de transportar líquidos de un lugar a otro. Mientras que dicha red social estaba concebida como una plataforma de *videoblogging*, es decir, para publicar entradas de blog en formato vídeo. La cuestión es que ambas tecnologías poseen de una serie de posi-

bilidades materiales de uso que rebasan su diseño, y que las personas reconocen a través de la interacción con las mismas –*affordances*– (Schäfer, 2011). En el caso de la jarra de agua sus posibilidades materiales de uso hacen que pueda utilizarse para poner flores en agua o para regar las plantas, pero no es viable emplearla para sentarnos o protegernos de la lluvia. Del mismo modo, en la plataforma YouTube se pueden subir videos videoblogs, pero también subir videos formados por imágenes con música, películas o anuncios.

El diseño de las plataformas no es neutro, sus estructuras no repercuten a todas las personas por igual (Gillespie, 2017). Como decíamos, las *affordances* se detectan a través de la interacción con la plataforma. Por lo tanto, independientemente de que todas las personas o grupos que, por ejemplo, posean un mismo tipo de perfil en red social TikTok tengan acceso a una serie de funcionalidades idénticas, los modos de utilizarlas son dispares (Gordo et al., 2018). Tomemos como ejemplo a dos jóvenes muy similares en edad y estilo, pero una va a ser diseñadora gráfica y la otra no. Independientemente de que las jóvenes hagan uno uso muy similar de la plataforma –producir microvideos–, todo apunta a que la primera va a producir unos contenidos muy diseñados, preocupados por los encuadres, las textuales y los matices. Mientras que la segunda, especialmente si es una joven de barrio, utilice un estilo mucho más costumbrista y directo (véase Barrio y Gordo, 2021). La variabilidad de usos es inherente a cada diseño, pero estas diferencias detentan un fuerte carácter político (véase por ejemplo los diferentes estudios sobre la política de las plataformas, capitalismo digital, vigilancia y control social, de entre los que destacan las obras de Bratton, 2015; Gillespie, 2010; Morozov, 2015; O’Neil, 2016; Zuboff, 2020).

La homogeneidad de acceso parece asegurar la igualdad de oportunidades. Si bien, como hemos visto en el ejemplo anterior, cada persona identifica unas posibilidades materiales de uso diferentes, de una misma tecnología, en función de sus posicionamientos –de sus ‘habitus’ si queremos entenderlo en términos bourdianos (1988)–. La cuestión es que no podemos entender estas diferencias a nivel individual. La importancia de los posicionamientos en lo que respecta a la variabilidad de disposiciones y apropiaciones tecnológicas pone en evidencia que la propia estructura de las plataformas moviliza diversas lógicas de poder y posición (van Dijk, 1996). Estas lógicas de poder surgen porque no todas las prácticas tienen el mismo valor social dentro de estos entornos. Dentro cada entorno hay una serie de prácticas y maneras que se definen como las correctas. Por ejemplo, dentro de la plataforma TikTok existen una serie de reglas no escritas sobre cómo subir un vídeo, dar me gusta o publicar un comentario –conocidas como normas de netiqueta–.

Un ejemplo para entender a qué nos referimos se encuentra en la obra de Safiya Umoja Noble (2018). En su estudio sobre el impacto del buscador Google

en la presentación identitaria y las experiencias de las personas negras, la autora demuestra cómo las asociaciones que realiza esta plataforma en etiquetas de búsqueda y las imágenes o entornos en las que aparecen mujeres negras, mantienen y amplifican la marginalización y la opresión que reciben estas mujeres. Los modelos de clasificación que identifica responden a lógicas fuertemente racistas. Pero, además, la estructura de las plataformas también establece jerarquías entre estas relaciones, es decir, prioriza una serie de procesos sobre otros, una serie de prácticas o culturas sobre otras (Diakopoulos, 2016). Como resultado, si seguimos con el ejemplo de TikTok, la cuestión no es que la plataforma disponga a nuestras dos jóvenes hacia unos usos diferenciales. Lo que aquí nos interesa es que sólo una de las dos apropiaciones que hemos expuesto encaja con las formas correctas de utilizar esta red social. Los contenidos que se hayan producido de la manera definida como la correcta, suelen obtener unas cuotas más elevadas de visibilidad –entendiendo que dentro de estos entornos la visibilidad dentro de las redes sociales nos habla de éxito social (Davenport y Beck, 2001; Wu, 2020)–. En otras palabras, la visibilidad de un perfil no puede comprenderse únicamente a partir del hecho de que una persona sea o no sea capaz de producir contenidos deseables, existiendo diferentes elementos inherentes al propio diseño del entorno que participan de este proceso. De ahí la importancia de realizar indagaciones netnográficas desde una perspectiva estructural.

3. El carácter inverso de la netnografía estructural

La netnografía parte del estudio de los elementos concretos, las prácticas, el modo de operar y los significados que los grupos movilizan dentro un determinado entorno. De este modo, independientemente de que nuestro objetivo sea estudiar las interacciones entre las participantes de un foro, estudiar los efectos de una plataforma en un grupo como es el caso de nuestra investigación de referencia, necesitamos partir de la información derivada de las prácticas cotidianas.

Las plataformas son entornos privados propiedad de grandes corporaciones, para las cuales sus algoritmos son su valor máspreciado (Srniczek y De Sutter, 2016). Por el contrario, a través de las prácticas cotidianas, de la relación entre las apropiaciones y disposiciones que tienen lugar dentro de las plataformas, podemos acceder a los efectos de sus diseños funcionales. Y es precisamente desde la relación entre las prácticas cotidianas y los diseños funcionales desde donde vamos a poder estudiar las lógicas estructurales que dan forma un determinado entorno.

A nivel práctico tomamos como punto de partida las reflexiones que Javier de Rivera (2019) realiza a partir la noción de la ‘ingeniería inversa’ de Robert Gehl (2014). Debido a la imposibilidad de acceder de manera directa a las estructuras funcionales de

los entornos digitales, este autor propone analizarlas a partir de los resultados derivados de su diseño. Esto implica interesarse por las prácticas concretas, pero también por las tensiones y conflictos que surgen en la plataforma. Partir de los elementos a los que tenemos acceso, es decir, de la información disponible dentro de la plataforma como la interfaz del entorno y los contenidos que se producen dentro de sus fronteras.

Lo interesante de este tipo de contenidos es que, salvo en el caso de los perfiles privados, están disponibles en abierto. No podemos olvidar que las ganancias de la plataforma dependen enteramente de que podamos producir y consumir contenidos. Recuérdese que las empresas que las gestionan se dedican a la explotación y capitalización de los datos derivados de estas prácticas (Srnicek y De Sutter, 2016).

La netnografía estructural que vamos a presentar a continuación, ha sido realizada siguiendo esta lógica inversa pues es desde el estudio de lo concreto, de las relaciones y las tensiones, desde donde vamos a poder estudiar el impacto, las lógicas de poder, los procesos de regulación de los diferentes entornos digitales. Es decir, solo desde ese enfoque se puede captar su impacto en los procesos de estructuración social y en las lógicas de organización social cotidianas.

4. Nuestro estudio de caso: Las traperas en Instagram

El trap hace referencia a un estilo musical que surge en el sur de los Estados Unidos en la década de los 90 en los barrios más humildes de Atlanta. Esta escisión del rap se caracteriza por sus bases sintéticas, la sencillez de sus métricas, la indeterminación de sus sonidos y su capacidad de transformarse (Castro, 2019). A nivel estético el trap destaca por su complejidad visual. Este estilo refleja el cambio del que estamos siendo testigos durante esta última época: la expansión de los rasgos de los grupos subversivos a través de las redes sociales y que, por ejemplo, hace que las jóvenes de barrio o elementos característicos de las mujeres latinas y afrocaribeñas estén por todas partes. Este cambio, que la sociología del consumo explica desde lo que se conoce como el ‘omnivorismo cultural’ (Ariño Villarroya, 2007; Karademir Hazir, 2015; Peterson, 1992), tiende a definirse como una apertura de las fronteras sociales.

En este sentido, y aunque estamos de acuerdo que estilos como el trap evidencian el desvanecimiento de los márgenes sociales tradicionales, esto no significa que nuestras sociedades sean menos clasistas, sexistas o racistas que hace una década; y mucho menos que ciertas tecnologías como las redes sociales fomenten la democratización social. Por el contrario, estamos de acuerdo con la corriente que defiende que el omnivorismo habla de un reposicionamiento de las fronteras del gusto (Fernández Rodríguez y Heikkilä, 2020) donde el trap se sitúa como un ejemplo paradigmático de este fenómeno, que va a permitir estudiar la construcción del gusto en la era digital.

4.1. ¿Por qué Instagram?

Instagram es una plataforma creada en el año 2010 y actualmente propiedad de la empresa Meta –antes conocida como Facebook– centrada en la creación de imágenes y vídeo de diseño (Leaver et al., 2020). Nuestro interés en esta plataforma reside en su importancia en las culturas juveniles, a pesar de que actualmente está disputando su posición como la plataforma líder de estos grupos con TikTok. Instagram es uno de los denominados *cool media* por excelencia, ya que es una de las redes sociales de moda, necesarias para estar a la última y desarrollar un estilo personal, único y controlado. Su impacto en la cultura visual de nuestros días es tal que ha llegado a modificar incluso nuestros desayunos, ahora pensados para ser fotografiados y compartidos dentro de la plataforma (Manovich, 2017). Actualmente tendemos a pensarnos, o pensar en nuestro ocio, como si de una fotografía o vídeo se tratase (Peraica, 2017). De este modo, si queremos entender la influencia de las redes sociales en la transformación del estilo y, con ello del gusto en la era de lo digital, esta plataforma es un entorno idóneo para ejecutar nuestro estudio de caso. Sin olvidar que, además, ha sido una de las plataformas más importantes a la hora de difundir el estilo trap a nivel estético.

5. El proceso de aplicación netnográfica

El proceso de aplicación netnográfica que aquí vamos a mostrar consta de un total de cuatro fases: una primera fase centrada en la exploración de nuestro objeto de estudio y el diseño funcional del entorno con el que vamos a trabajar. La segunda centrada en la construcción de categorías analíticas. La tercera, enfocada a elaborar las rúbricas para la sistematizar los trabajos de campo. La cuarta fase consiste en la producción de la información.

5.1. Fase I: análisis documental y exploratorio

El trabajo netnográfico requiere acotar a qué nos referimos cuando hacemos referencia al estilo trap. Del mismo modo, necesitamos conocer la plataforma con la que vamos a trabajar. Para ello realizamos, respectivamente, un análisis documental de fuentes digitales y un estudio exploratorio del diseño funcional de la plataforma.

Con el propósito de identificar a las jóvenes traperas recurrimos a la imagen de las cantantes trap en los entornos digitales. Para ello, tomamos la decisión de realizar un análisis documental de una variedad de fuentes digitales como las redes sociales, blogs y prensa digital (Peña y Pirela, 2007). Al basarse en una agregación cualitativa de grandes cantidades de información, esta radiografía permitió identificar los rasgos y discursos más característicos del estilo femenino trap (van Dijk, 1995). A continuación, presentamos los elementos y prácticas más destacados de estas jóvenes (tabla 1).

Tabla 1. Resumen de resultados: análisis documental. Fuente: Barrio y Gordo (2021, p. 802)

El estilo de las cantantes trap		
Fuentes analizadas	Redes sociales, blogs, revistas y periódicos digitales, videoblogs, documentales y videos de YouTube.	
Elementos identificados	Ropa deportiva complementos	Ropa deportiva, hiperfemenina y de marca. <i>Tops</i> , minifaldas, rejillas, purpurina, colores, ropa interior.
	Modificación corporal	Tatuajes y piercings –inclusive dilataciones– en zonas muy visibles.
	Peinados	Tintes de colores, peinados para pelo afro, extensiones.
	Maquillaje	Raya del ojo muy marcada, labios voluminosos, maquillaje <i>contouring</i> , cejas maquilladas, pestañas postizas y brillos.
	<i>Nail art</i>	Manicuras artificiales de extensión larga o muy larga.
	Definición corporal	Gusto por los traseros con volúmenes y por la delgadez.
	Poses y maneras	Provocativas, seductoras, desenfadadas, tratan de poseer los espacios informales, transgrediendo las poses suaves y recatadas.
Espacios	Espacios urbanos, <i>undergorund</i> , parques y plazas. Zonas industriales abandonadas, grafiti, pegatinas. Espacios nocturnos.	

Una vez identificados los elementos más característicos de la escena *trap mainstream*, realizamos un estudio exploratorio de los menús, submenús y funcionalidades de la plataforma. Este análisis funcional

tenía como objetivo principal el aproximarse a las lógicas de uso de la plataforma. A continuación, presentamos un resumen de los menús y las funcionalidades analizadas.

Tabla 2. El diseño funcional de Instagram. Fuente: Barrio (2022, p. 59)

Estudio exploratorio del diseño de Instagram	
Funcionalidades principales del perfil	
Home o pantalla de inicio	Analizamos cómo la plataforma muestra los contenidos, como invita a consumirlos. La función del <i>scroll</i> infinito. La frecuencia de actualización de la página. Los elementos disponibles para crear un post y sus objetivos. Profundizamos en la configuración de los stories, en las lógicas de los mensajes directos y las interacciones que puede recibir un perfil.
Buscador	Estudiamos cómo la plataforma invita a seguir nuevos perfiles y como proporciona una selección casi infinita de ‘contenidos de interés’ a cada persona y su papel como técnicas de fidelización.
Reels	Revisamos la pestaña diseñada para crear y ver videos cortos. Identificamos los elementos que pueden incorporarse al video –música, cambios de velocidad, efectos, fondos–, las categorías desde las que se etiquetan y cómo la plataforma permite interactuar con ellos.
Tienda	Analizamos la relación entre los contenidos y las tiendas que sigue un perfil e indagamos en las recomendaciones, en la noción de colección, en las sugerencias, en las listas de deseos y en su papel como acceso directo a la web de compra.
Perfil personal o <i>feed</i>	En esta página aparecen los contenidos que una persona sube. Nos adentramos en los elementos que incluye para construir la presentación personal y en sus gramáticas de acción. Exploramos las relaciones con las funcionalidades de la <i>home</i> , las posibilidades de edición del perfil, de cambiar de cuenta o de convertirla en profesional.
Submenús principales	
Historias o <i>stories</i>	En los <i>stories</i> exploramos la variabilidad entre los contenidos subidos desde la galería –a los que se puede añadir filtros o cambiar el contraste, la textura y el brillo– y los que se crean desde la plataforma, cuyas posibilidades de edición se amplían. Nos interesamos por las funciones avanzadas de edición: en el efecto boomerang, el encuadre, el super zoom o manos libres, así como por la impronta de los ‘directos’ y de IGTV.
IGTV (<i>Instagram TV</i>)	Exploramos las posibilidades que ofrece a la hora de subir contenidos, pues no permite crearlos y las diferencias entre los videos cortos – <i>stories</i> – y estos, que son largos.
Información perfil	Estudiamos el tipo de información que se solicita para crear un perfil y nos interesamos por qué elementos son obligatorios y cuáles no. Instagram solicita: foto, nombre de perfil (@), nombre, dirección web y bio. El teléfono, el email y el género son privados.
Nota: Versión de Instagram 186.0.0.36.128 para Android.	

5.2. Construcción de categorías

El carácter marcadamente visual tanto del estilo trap como de Instagram, nos llevó a centrarnos en los elementos visuales de los perfiles. Por un lado, las dife-

rencias, similitudes y conflictos presentes en el estilo de estas jóvenes permite posicionarlas en el espacio social. Mientras que, por el otro, el estilo de sus perfiles de Instagram hace posible profundizar en las apropiaciones que cada tipo de traperas realiza de esta red social.

De este modo construimos tres categorías analíticas:

- Marcadores corporales: definidos como los elementos materiales desde los que las jóvenes traperas se presentan a través de sus imágenes. Estos marcadores van desde la ropa y los complementos hasta los maquillajes o tatuajes.
- Esquemas incorporales: hacen referencia a los elementos intangibles desde los que las jóvenes traperas se presentan a través de sus imágenes. Estos marcadores atienden desde las poses hasta las maneras de ocupar el espacio.
- Apropiaciones tecnológicas: se interesan por el modo en el que estas jóvenes utilizan las diferentes funcionalidades de Instagram y que dan forma al estilo del perfil. Estos elementos van desde los filtros hasta las etiquetas, pasando por los emoticonos.

La observación netnográfica partirá de estas tres categorías para definir los materiales necesarios para dar forma al proceso de la recogida de la información que presentamos a continuación.

5.3. Rúbricas de indagación y sistematización netnográfica

Las rúbricas de recogida de la información se elaboran con el objetivo de sistematizar el proceso de observación y otorgarle un cierto grado de sistematicidad, contrastable y triangulable por pares. Nuestra rúbrica se va a dividir en tres bloques, de acuerdo con las tres categorías expuestas con anterioridad. En un primer momento, cada uno de estos bloques parte de los elementos identificados en los análisis previos –denominados a partir de ahora atributos–. Sin embargo, nuestra netnografía no puede basarse en una serie de atributos preestablecidos fuera de la plataforma. Su diseño es abierto, emergente, es decir, durante el propio proceso de recogida de la información registramos los elementos que aparecen en cada perfil, pero también identificamos nuevos atributos (Patton, 1990). A continuación pueden verse los atributos iniciales (Tabla 3).

Tabla 3. Atributos iniciales. Fuente: Barrio (2022)

Atributos iniciales netnografía	
Atributos trap iniciales	
Trenzas de origen africano	Tintes del pelo con colores flúor
Uñas acrílicas o de gel	Glúteos como reclamo
Delineación del ojo muy pronunciada	Imágenes en espacios <i>underground</i>
Uso de chándal o ropa deportiva	Imágenes en barrios de la periferia
Ropa de imitación	Fotografías en el suelo
Cabello muy largo y liso	Fotografías de noche y fiestas
Ropa muy ajustada y exuberante	Fotos fumando
Tatuajes y/o piercings	Maquillajes antinaturales y atrevidos

5.4. El proceso de codificación³

Siguiendo la propuesta de Finkel y Gordo (2019) las observaciones derivadas de cada perfil se registraron por medio de escalas tipo Likert. El objetivo de esta decisión es convertir la información cualitativa en datos que pueden ser agregados a través de la estadística, lo que nos permitirá identificar grupos y adentrarnos en las relaciones y conflictos que tienen lugar entre sí. Durante la evaluación de cada perfil otorgamos una puntuación a cada ítem [0-5] para indicar el grado de presencia de cada atributo en un perfil. Se utiliza el valor cero si la joven, por ejemplo, no utiliza un maquillaje antinatural y atrevido y un cinco en el caso de que sí lo haga. Los atributos nuevos relacionados con el trap fueron incluidos en la rúbrica. Los atributos tenían que ser mutuamente excluyentes, claros y replicables. Todo proceso de codificación requiere determinar una serie de reglas de codificación, que sientan las bases para ejecutar el proceso; realizar un proceso de codificación cruzada; y de reducción de categorías. No obstante, las técnicas utilizadas para asegurar la fiabilidad del

proceso de codificación son sensibles al número de personas que la lleven a cabo. En este caso, para comprobar que los datos eran constantes, realizamos la codificación de los datos un total de dos veces, analizando las coincidencias entre los resultados y revisando los ítems en los que encontramos discrepancias (Abela, 2002).

Durante el proceso de recogida de la información también identificamos una muestra de los perfiles a observar en función de los objetivos del estudio. Para ello utilizamos un muestreo de tipo propositivo –cualitativo– (Creswell, 2005). Los perfiles que pasaron a formar parte de la muestra eran todos aquellos perfiles públicos, gestionados por mujeres pertenecientes a las generaciones juveniles, que interactuasen mayoritariamente en alguna de las lenguas oficiales del estado español y que disponían de varios de los elementos asociados al estilo trap definidos en la tabla 3. El total de perfiles, así como de la información a analizar de cada perfil respondió al principio de saturación discursiva. Por lo tanto, la recogida de la información finalizó cuando añadir la información de un nuevo perfil a nuestro análisis no aportaba ningún conocimiento extra. Finalmente trabajamos con un total de doscientos perfiles y ciento noventa y cinco atributos de estilo.

³ Durante el proceso de codificación es necesario asegurar la privacidad y la seguridad de las jóvenes que gestionan los perfiles analizados (para más información sobre ética e investigación social digital, ver AoIR, 2019; BPS, 2017, 2020; Latzko-Toth et al., 2017; Luka y Millette, 2018; NESH, 2019).

La netnografía que aquí hemos presentado hizo posible que trabajásemos sin disponer de una categorización preestablecida de las traperas que componían nuestra muestra. Para cumplir con este cometido el análisis documental es central. De hecho, fue durante la realización de este análisis cuando nos dimos cuenta de que, frente a la creencia general, no todas las traperas son jóvenes de barrio, sino que muchas jóvenes diferentes utilizan unos elementos trap para construir su estilo, por lo que necesitábamos estudiar los matices, las apropiaciones y el cómo utilizan cada elemento para poder diferenciarlas.

El análisis documental hizo posible definir las bases del estilo trap desde los propios significados que se movilizan de las traperas en los entornos digitales y disponer de una serie de categorías para adentrarnos en la variabilidad del fenómeno. Ahora bien, para identificar los posicionamientos de las jóvenes traperas en función de su estilo necesitamos establecer grupos. Este es uno de los motivos por los que, en vez de hacer una recopilación cualitativa de la información, optamos por codificar cuantitativamente los rasgos más destacados de su estilo. Este tipo de codificación permite partir de lo cotidiano, pero a la vez identificar distinguir o clasificar, en nuestro caso realizado a través del Análisis de Redes Sociales Estructurales, a las diferentes jóvenes traperas en una serie de grupos o tipos ideales, que emergen en función de su estilo (Finkel y Gordo, 2019). En otras palabras, asumir la impronta de los diseños funcionales, de las disposiciones tecnosociales en el estilo de estas jóvenes.

6. Discusión y conclusiones

La netnografía estructural ayuda a sentar las bases para el estudio de las disposiciones tecnosociales en las prácticas cotidianas. Sin embargo, para realizar estudios netnográficos desde una perspectiva crítica no sólo debemos asumir su vertiente estructural, debemos interesarnos por las desigualdades que se gestan en el marco de los entornos digitales.

En este sentido, como hemos visto a lo largo de estas páginas, para poder estudiar el impacto de las estructuras digitales en las prácticas cotidianas sin romantizar los efectos de estas tecnologías, necesitamos desarrollar nuestros análisis desde una perspectiva del conflicto. Es fundamental identificar las prácticas cotidianas que tie-

nen cabida dentro de una determinada plataforma, por ejemplo, los elementos desde los que las jóvenes traperas construyen su estilo en Instagram. Pero no podemos entender a las traperas como una categoría unificada, también necesitamos distinguirlas en función de su estilo.

Si consideramos la imposibilidad de entender ciertas realidades sociales como el fenómeno trap desagregando las lógicas de lo físico y lo digital, tiene sentido que consideremos que no podemos circunscribir a los diferentes grupos o géneros sociales que participan de nuestro estudio de caso bajo una serie de categorías preestablecidas. Del mismo modo no podemos mantener que los grupos o comunidades digitales siempre actúan de manera cohesionada, por ejemplo, se configuran a través de un mismo foro, utilizan un mismo hashtag o compran en un mismo sitio web. En una era en la que estamos siendo testigos de un reposicionamiento de las fronteras del gusto, de un cambio en las lógicas de distinción, proponemos aprovechar la flexibilidad de la netnografía, para incorporar a nuestros diseños metodológicos el proceso de distinción de los diferentes grupos o géneros sociales que conforman nuestros estudios de caso.

Recapitulando, la netnografía estructural permite incluir la lógica de las estructuras funcionales de las plataformas en nuestras investigaciones, pero también asume las lógicas de la encrucijada digital, puesto que nos adentra en el complejo entramado de relaciones que dan forma a la realidad social híbrida, las cuales modifican los ejes vertebradores de las relaciones sociales digitales y los procesos de identificación. La netnografía estructural, debido a su flexibilidad y a su carácter emergente y abierto, resulta un método idóneo no sólo para adaptarse a unos entornos tan cambiantes y cargado de matices como los digitales, sino que amplía las posibilidades de las investigaciones críticas que tienen lugar en la era de lo digital.

7. Disponibilidad de datos depositados

Barrio, Carla (2023). Rúbricas de Indagación y sistematización netnográfica del artículo 'Imágenes, traperas e Instagram. Reflexiones netnográficas a fuego lento', Zenodo [Datos abiertos]. <https://doi.org/10.5281/zenodo.7691751>

8. Referencias

- Abela, Jaime A. (2002). *Las técnicas de análisis de contenido: Una revisión actualizada*. Fundación Centro de Estudios Andaluces.
- Agre, Philip E. (1994). Surveillance and capture: Two models of privacy. *The Information Society*, 10(2), 101–127. <https://doi.org/10.1080/01972243.1994.9960162>
- Airoidi, Massimo (2018). Ethnography and the digital fields of social media. *International Journal of Social Research Methodology*, 21(6), 661–673. <https://doi.org/10.1080/13645579.2018.1465622>
- AoIR (2019). *Internet Research: Ethical Guidelines 3.0* – Association of Internet Researchers. <https://aoir.org/reports/ethics3.pdf>
- Ardévol, Elisenda y Gómez-Cruz, Edgar (2012). Las tecnologías digitales en el proceso de investigación social: Reflexiones teóricas y metodológicas desde la etnografía virtual. *CIDOB. Barcelona Center for International Affairs*, 12, 187–204. https://www.cidob.org/es/articulos/monografias/politicas_de_conocimiento_y_dinamicas_interculturales_acciones_innovaciones_transformaciones/las_tecnologias_digitales_en_el_proceso_de_investigacion_social_reflexiones_teoricas_y_metodologicas_desde_la_etnografia_virtual
- Ardévol, Elisenda y Vayreda, Agnès (2002). *La mediación tecnológica en la práctica etnográfica*. Universitat Oberta de Catalunya.

- Ariño Villarroya, Antonio (2007). Música, democratización y omnivoridad. *Política y Sociedad*, 44(3, arte y poder), 131–150. <https://revistas.ucm.es/index.php/POSO/article/view/POSO0707330131A/22221>
- Barrio, Carla (2022). *El algoritmo trap: Entre apropiaciones y distinciones del gusto digital*. Universidad Complutense de Madrid. [Tesis Doctoral]. Pendiente de publicación.
- Barrio, Carla (2023). Rúbricas de indagación y sistematización netnográfica del artículo ‘Imágenes, traperas e Instagram. Reflexiones netnográficas a fuego lento’, Zenodo [Datos abiertos]. <https://doi.org/10.5281/zenodo.7691751>
- Barrio, Carla y Gordo, Ángel (2021). Autoconsumo y promoción en el entorno de Instagram. En *Prosumidores emergentes: Redes sociales, alfabetización y creación de contenidos* (Bárbara Castillo-Abdul y Victoria García-Prieto, pp. 795–812). Dykinson.
- British Psychological Society (BPS) (2017). *Ethics Guidelines for Internet-mediated Research*. The British Psychological Society. www.bps.org.uk/publications/policy-and-guidelines/research-guidelines-policy-documents/researchguidelines-poli
- British Psychological Society (BPS) (2020). *The truth about open data: As open as possible, as closed as necessary*. The British Psychological Society. <https://www.bps.org.uk/sites/www.bps.org.uk/files/Policy/Policy%20-%20Files/The%20truth%20about%20open%20data.pdf>
- Bratton, Bejamin H. (2015). *The stack: On software and sovereignty*. MIT Press.
- Bravo, Esteban G., Burbano, Andrés, Byrd, Vetricia, L. y Forbes, Angus G. (2017). The Interactive Image: A Media Archaeology Approach. *Leonardo*, 50(4), 368–375. https://doi.org/10.1162/LEON_a_01454
- Castro, Ernesto (2019). *El Trap: Filosofía millennial para la crisis en España*. Errata Naturae.
- Creswell, Jhon W. (2005). *Educational research: Planning, conducting, and evaluating quantitative and qualitative research* (2nd ed). Merrill.
- Davenport, Thomas H. y Beck, John C. (2001). *The attention economy: Understanding the new currency of business*. Harvard Business School Press.
- de Rivera, Javier (2019). *Sociología de las instituciones digitales: El estudio de la economía colaborativa* [Tesis Doctoral, Universidad Complutense de Madrid]. <https://eprints.ucm.es/id/eprint/58000/>
- de Rivera, Javier, Gordo, Ángel, Cassidy, Paul, y Apesteguía, Amaya (2017). A netnographic study of P2P collaborative consumption platforms’ user interface and design. *Environmental Innovation and Societal Transitions*, 23, 11–27. <https://doi.org/10.1016/j.eist.2016.09.003>
- Diakopoulos, Nicholas (2016). Accountability in algorithmic decision-making. *ACM Queue*, 13(9), 1–24. <https://queue.acm.org/detail.cfm?id=2886105>
- Fernández Rodríguez, Carlos J., y Heikkilä, Riie (2020). El gusto en la posmodernidad: Una valoración del debate sobre el omnivorismo cultural. En *Estudios sociales sobre el consumo* (Luis Enrique Alonso, Carlos J. Fernández Rodríguez y Rafael Ibáñez Rojo, pp. 345–361). Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS).
- Finkel, Lucía, y Gordo, Ángel (2019). Redes sociales, mujeres y marcas. Una aproximación Netnográfica. *Espacio abierto. Cuaderno Venezolano de Sociología*, 28(3), 25–45. https://eprints.ucm.es/id/eprint/57193/1/Espacioabierto283_Art2_FINKELYGORDO.pdf
- Fresno, Miguel (2011). *Netnografía*. UOC.
- Gehl, Robert W. (2014). *Reverse engineering social media: Software, culture, and political economy in new media capitalism*. Temple University Press.
- Gillespie, Tarteron (2010). The politics of platforms. *New Media & Society*, 12(3), 347–364. <https://doi.org/10.1177/1461444809342738>
- Gordo, Ángel, Finkel, Lucía, y Garcés-Montoya, Ángela (2012). *Female Lab: Estrategias de inclusión de las mujeres en las redes sociales* (p. 158). Social Noise.
- Gordo, Ángel, García-Arnau, Albert, De Rivera, Javier, y Díaz-Catalán, Celia (2018). *Jóvenes en la encrucijada digital: Itinerarios de socialización y desigualdad en los entornos digitales*. Morata.
- Gordo, Ángel y Megias, Ignacio (2006). *Jóvenes y cultura messenger: Tecnología de la información y la comunicación en la sociedad interactiva*. Fundación de Ayuda contra la Drogadicción (FAD). <http://www.injuve.es/observatorio/infotecnologia/jovenes-y-cultura-messenger>
- Hammersley, Maryn, Aramburu Otazu, Mikel y Atkinson, Paul (2009). *Etnografía: Métodos de investigación*. Paidós.
- Hine, Christine (2000). *Etnografía Virtual*. UOC.
- Horst, Heather A. y Miller, Daniel. (Eds.). (2012). *Digital anthropology*. Berg.
- Huhtamo, Erkki., y Parikka, Jussi (Eds.). (2011). *Media archaeology: Approaches, applications, and implications*. University of California Press.
- Karademir Hazir, Irmak (2015). Cultural Omnivorousness. En *Sociology*. Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/obo/9780199756384-0134>
- Latzko-Toth, Guillaume., Bonneau, Claudine., y Millette, Mélanie (2017). Small data, thick data: Thickening strategies in race-based social media research. En *SAGE handbook of social media research methods* (A. Quan-Haase y L. Sloan, pp. 199–214). SGAE.
- Leaver, Tama, Highfield, Tim., y Abidin, Crystal (2020). *Instagram: Visual social media cultures*. Polity Press.
- Lovink, Geert (2019). *Sad by design: On platform nihilism*. Pluto Press.
- Luka, Mary E., y Millette, Mélanie (2018). (Re)framing big data: Activating situated knowledges and a feminist ethics of care in social media research. *Social Media + Society*, 4(2), 205630511876829. <https://doi.org/10.1177/2056305118768297>
- Manovich, Lev. (2017). *Instagram and contemporary image*. Cultural Analytics Lab.
- Mattern, Shannon (2019). El tiempo profundo de la infraestructura mediática. *InMediaciones de la Comunicación*, 14(2), 211. <https://doi.org/10.18861/ic.2019.14.2.2927>
- Morozov, Evgeny. (2015). *La locura del solucionismo tecnológico*. Katz.
- Mosquera, Manuel. A. (2008). De la Etnografía antropológica a la Etnografía virtual. Estudio de las relaciones sociales mediadas por internet. *Fermentum*, 53, 532–549.

- NESH (2019). *A Guide to Internet Research Ethics*. The National Committee for Research Ethics in the Social Sciences and the Humanities. <https://www.forskningsetikk.no/en/guidelines/social-sciences-humanities-law-and-theology/a-guide-to-internet-research-ethics/>
- Noble, Safiya. U. (2018). *Algorithms of oppression: How search engines reinforce racism*. New York University Press.
- O'Neil, Cathy (2016). *Weapons of math destruction: How big data increases inequality and threatens democracy* (First edition). Crown.
- Parikka, Jussi (2012). *What is media archaeology?* Polity Press.
- Patton, Michael Q. (1990). *Qualitative evaluation and research methods* (2nd ed). Sage Publications.
- Peña, Tania, y Pirela, Johann. (2007). La complejidad del análisis documental. *Información, cultura y sociedad*, 16, 55–81. <https://doi.org/10.34096/ics.i16.869>
- Peraica, Ana (2017). *Culture of the selfie: Self-representation in contemporary visual culture*. Institute of Network Cultures.
- Peterson, Richard A. (1992). Understanding audience segmentation: From elite and mass to omnivore and univore. *Poetics*, 21(4), 243–258. [https://doi.org/10.1016/0304-422X\(92\)90008-Q](https://doi.org/10.1016/0304-422X(92)90008-Q)
- Pink, Sarah, Horst, Heather A., Postill, John, Hjorth, Larissa, Lewis, T., y Tacchi, J. (Eds.). (2016). *Digital ethnography: Principles and practice*. SAGE.
- Pinto Molina, María, y Gálvez, Carmen (1996). *Análisis documental de contenido: Procesamiento de información*. Editorial Síntesis.
- Postill, John, y Pink, Sarah. (2012). Social Media Ethnography: Digital researcher in a messy web. *Media International Australia*, 145, 123–134.
- Sádaba, Ígor y Rendueles, César. (2016). Metodologías de análisis del espacio audiovisual online: Entre la innovación y la ansiedad de la novedad. *EMPIRIA. Revista de Metodología de Ciencias Sociales*, 35, 105–124. <https://doi.org/10.5944/empiria.35.2016.17170>
- Schäfer, Mirko T. (2011). *Bastard culture! How user participation transforms cultural production*. Amsterdam University Press.
- Srnicek, Nick, y De Sutter, Laurent. (2016). *Platform capitalism*. Polity Press.
- van Dijk, Teun A. (1996). Prólogo. En *Análisis documental de contenido. Procesamiento de la información* (M. Pinto y C. Gálvez). Síntesis.
- Wolfgang, Ernst (2003). Archive Rumbblings. Interview with German media archeologist Wolfgang Ernst. Interviewed by Geert Lovink [Night Academy]. *NightAcademy.net*. http://www.nightacademy.net/texte/wolfgang_ernst.htm
- Wu, Tim (2020). *Comerciantes de atención: La lucha épica por entrar en nuestra cabeza*. Capitán Swing.
- Zielinski, Siegfried (2006). *Deep time of the media: Toward an archaeology of hearing and seeing by technical means*. MIT Press.
- Zuboff, Shoshana (2020). *The age of surveillance capitalism: The fight for a human future at the new frontier of power*. PublicAffairs