

La propuesta es reflexionar en torno a las etnografías cuyos objetos de estudio son digitales o están estrechamente relacionados a lo digital. Para ello se abordarán aspectos como los ambientes en los que se realizan las investigaciones, las particularidades metodológicas de las etnografías, y la etnografía misma como producto.

El cruce de los estudios sobre Internet, nuevas tecnologías digitales y el método etnográfico lleva menos de dos décadas. De hecho, en un comienzo estos estudios fueron abordados desde disciplinas como la comunicación y afines, que se centraban en la comunicación mediada por computadora. Lo cierto es que en los últimos años hay un cambio profundo en las preocupaciones y los objetos de estudio.

Por otro lado, es posible afirmar que en la actualidad, cualquier objeto de estudio de las ciencias sociales pasa por Internet y que son muy pocos los campos de estudio que escapan a la red, ya que ésta permea prácticamente todos los ámbitos de la vida social, personal y colectiva.

La etnografía es más que sólo un método, es el producto de una serie de métodos, repensarla supone abordar no sólo los marcos teóricos, sino también las sociabilidades que estudiamos y cómo nos involucramos en la propia investigación. Las recientes etnografías de lo digital nos sugieren la necesidad de distintos abordajes hacia subjetividades, sociabilidades y configuraciones sociales en las que las nuevas tecnologías son mucho más que canales de comunicación. El análisis de este nuevo escenario propicia la comprensión de otras formas de vinculación con la tecnología en el plano cotidiano y de la puesta en acción de redes de interacción, así como la generación de nuevo conocimiento. En ese sentido, proponemos abrir un espacio para el abordaje etnográfico de las transformaciones sociales que hoy en día conforman nuevas subjetividades y sociabilidades atravesadas por “lo digital”.