



Paradojas en la construcción del objeto de estudio.

Relato de una experiencia de investigación en Comunicación

Laura Regil-Vargas

lregil@upn.mx

Universidad Pedagógica Nacional

Resumen

Un fenómeno actual como es la cultura digital, en esta era en donde lo digital comienza a derramarse por las cornisas de los ámbitos de la vida cotidiana, es en apariencia un objeto de estudio ya conformado. Sin embargo, la realidad ofrece pautas para reconocerla como un objeto de estudio en construcción, que se configura actualmente como un fenómeno con alto potencial para ser investigado desde la Comunicación, con apoyo en la convergencia disciplinar de la que tradicionalmente se ha servido.

Esta ponencia aporta reflexiones basadas en la experiencia sobre la construcción epistemológica de la cultura digital como objeto de estudio. Este nuevo espacio crítico, impone análisis puntuales, que se develan bajo el reconocimiento de la complejidad e impone asumir la trascendencia de las dimensiones desde donde requiere ser abordado. A estas alturas, a un objeto de estas proporciones no le bastan las tibias reflexiones planteadas desde ópticas que se han quedado cortas, al refugiarse en algunos espacios teóricos consolidados y defendidos como trincheras de empoderamiento académico.

Palabras Clave: Construcción de objetos de estudio, Cultura digital, Investigación, zeitgest.

Abstract

A current phenomenon such as digital culture, in this era where digital begins to spill into the cornices of the areas of everyday life, is apparently an object of study and shaping.





However, the reality offers guidelines to recognize it as an object of study under construction, currently configured as a phenomenon with high potential to be investigated from the Communication, with support in disciplinary convergence of traditionally served.

This paper provides insights based on experience on the epistemological construction of digital culture as an object of study. This new critical space imposes specific analyzes, which are revealed under the recognition of the complexity and imposes assume the significance of the dimensions from which needs to be addressed. At this point, an object of this size are not enough for the warm reflections arising from optical to have fallen short, to take refuge in some theoretical consolidated and defended as academic trenches empowerment spaces.





Paradojas en la construcción del objeto de estudio.

Relato de una experiencia de investigación en Comunicación

Laura Regil-Vargas

lregil@upn.mx

Introducción

Las líneas actuales de la investigación en Comunicación cruzan, directa o tangencialmente, el zeitgest determinado por esta época que ya podemos llamar *el siglo de lo digital*. Una de las vías para comprender el talento del espíritu de nuestro tiempo (Morin, 1962) es a través de los resultados de las investigaciones que exploran los atributos y las paradojas de esta época; exploraciones para describir las condiciones actuales; estudios cuyos resultados dinamizan la reflexión sobre la dimensión de lo digital en nuestras vidas.

Tomarle el pulso a la época es una de las funciones de la investigación en las ciencias sociales. Y, en particular, la investigación de la Comunicación aporta elementos para descifrar y entender algunos de los rasgos con los que es posible comenzar a explicarnos *el siglo de lo digital* (Regil-Vargas, 2014). Investigar los signos de esta época pretende entender las circunstancias, analizar el todo por algunas de sus partes, a través del estudio de ciertos fragmentos del escenario que nos rodea. Las investigaciones en este campo intentan –metafóricamente– hacer una fotografía del momento y de la circunstancia.

La realidad que nos rodea convoca a los investigadores de la Comunicación a dar cuenta del acontecer, para comprender las particularidades de las circunstancias que corresponden a este momento. Para entender el espíritu de nuestro tiempo, es decir el zeitgest, indagamos y reflexionamos sobre los signos que lo caracterizan.



La cultura digital es un objeto de estudio en construcción y la investigación en Comunicación, desde la convergencia disciplinar, es actualmente en una de las vía de análisis (Regil-Vargas, 2014).

Una de las líneas epistemológicas en las que se inscriben estas investigaciones se registra en el contexto global de la modernidad líquida (Bauman, 2002), en donde lo etéreo de lo digitalizado propaga convergencias e hipermediaciones. El contexto global es inherente a la cultura digital, no obstante reconocemos factible hacer aproximaciones a la comprensión de lo global a partir de las especificidades de lo particular, por medio de las exploraciones de diversas situaciones locales, sin pretender generalizar los hallazgos. Porque conocer el todo por algunas de sus partes es posible cuando las teorizaciones e inclusive la prospectiva se miran como una de las parcelas de lo global. Con base en la experiencia de la construcción epistemológica de la cultura digital como objeto de estudio, esta ponencia aporta reflexiones sobre uno de los ámbitos actuales de la investigación en Comunicación.

Paradojas en la construcción de un objeto de estudio

Hoy, cuando lo digital se derrama por todas las cornisas de los ámbitos de la vida cotidiana, atestiguamos un uso de recursos y contenidos digitales intensificado, excesivo y, en ocasiones, trivial. Cuando Bachelard (1994) llama al siglo veinte *el siglo de la imagen*, no sólo sintetiza el poder de la imagen como dispositivo de comunicación, sino que nos previene sobre la trivialización que acarrea su uso intenso y multiplicado. Es decir, el uso extremo de la imagen termina por restarle valor y, en consecuencia, alteramos el potencial comunicativo de sus significados. Y, si es cierto que la imagen expresa más que mil palabras, más nos vale –nos previene el filósofo francés– educar el espíritu en la comprensión de la imagen, desentrañándola, escudriñando todos sus sentidos, metaforizando. (Cf. Solares, 2009).



Contamos ya con algunas evidencias que nos permiten caracterizar al siglo veintiuno como *el siglo de lo digital*. Hoy, el dominio de lo digital se potencializa, especialmente como dispositivo de comunicación. En sintonía con lo señalado por Bachelard (1994) respecto a la imagen, es lo digital lo que demanda un “uso atemperado, estratégico e inteligente”. Es el desarrollo o fortalecimiento de la cultura digital precisamente lo que dirige su comprensión y su valoración. Desde la Comunicación se realizan investigaciones orientadas a dar cuenta, desde esa perspectiva, del espíritu de nuestro tiempo. Las indagaciones sobre las circunstancias comunicativas actuales se enmarcan en la cultura digital y su construcción como objeto de estudio es un proceso paradójico que el análisis del requerido para la construcción de un objeto de estudio: la cultura digital

Reconocemos que la paradoja opera bajo la premisa de evidenciar situaciones contradictorias, por tanto es útil como estrategia para mostrar los elementos contrapuestos de lo virtual mirado desde lo tangible y viceversa.

Por ejemplo, hay registro de que actualmente estamos inmersos en la exuberancia de lo digital mientras que –paradójicamente– seguimos viviendo en un mundo de carencias. Aun cuando más de una tercera parte de los seres humanos que habitamos este planeta convivimos en cierto sentido con lo digital, resulta ineludible revelar la exclusión y la segregación generada por la tecnología. Estamos altamente conectados, aunque cada vez más incomunicados, con solvencia apunta Martín-Barbero (2004).

Si bien es cierto que “la investigación en Comunicación parte de curiosear y observar la realidad comunicativa, detectar problemas y hacernos unas primeras preguntas que nos llevarán a valorar posibilidades, explorar fondos y fuentes y elegir la forma y el método para llegar a tener unos resultados y unas respuestas al problema que nos habíamos planteado” como afirma Vilches (2011:45-46); por fortuna, la investigación en Comunicación se fundamenta en los análisis generados con base en los referentes teóricos y se combinan con el trabajo de campo; reconocemos que muchas de esas





investigaciones surgen tanto del pensamiento creativo y de ideas forjadas desde la imaginación.

Por su parte, Martín-Barbero (2012) convoca y provoca a investigadores sociales, cuando afirma: “si yo no me dejo cuestionar por la realidad no aprendo nada”. Sabemos que a la teoría se le vitaliza reconociendo las subjetividades y lejos de las verdades absolutas, en toda investigación cierta dosis de la mirada subjetiva de quien investiga y se entreteje a la trama de otros fragmentos, para sumarse al interés de comprender una determinada realidad. En todo caso, habremos de estar atentos al equilibrio necesario entre las interrogantes del entorno y nuestros arrogantes axiomas. Investigar en Comunicación surge por lo regular de la paradoja de examinar lo evidente, indagar en contextos que a la mayoría les resulta ordinario. Detectar lo extraordinario en lo ordinario de los fenómenos comunicativos es el inicio de la construcción de un objeto de estudio. La singularidad de este tipo de investigaciones requiere afrontar obstáculos epistemológicos en donde, por ejemplo, el conocimiento previo del contexto o del colectivo a investigar se convierte en limitación metodológica cuando condiciona un acercamiento despojado suposiciones arbitrarias y de miradas parciales. Por lo tanto, en el proceso de construcción del objeto de estudio ha de optarse por acercamiento analíticos a partir de tres dimensiones: lo que suponemos que sabemos sobre el objeto, lo que realmente sabemos y lo que necesitamos saber.

La articulación de esta desagregación analítica es salvoconducto para que la reflexión no se funde sólo en prematuros supuestos y en la simple intención de corroborarlos. Otro salvoconducto es la sistematización de los saberes generales que se generan sobre el objeto, fundamentados en saberes universales y actuales.

Por ejemplo, para el caso de la cultura digital, la observación de que en el ciberespacio se producen nuevas estrategias y mecanismos para usar, aprovechar y socializar la información, como una de las formas actuales en las que determinada sociedad reproduce sus códigos de percepción, de valoración y de producción simbólica de la





realidad (Martín-Barbero, 1992). A partir de ello es posible plantear supuestos sobre las formas en que determinado colectivo genera nuevas formas de construir conocimientos y participar en la construcción o fortalecimiento de la cultura digital. En esta línea argumental es posible entonces construirla como objeto de estudio.

Los objetos de estudio de la investigación en Comunicación no se pueden aislar ni inmovilizar; se analizan en su perpetuo movimiento y desde sus constantes cambios (Orozco, 2011). El análisis de un objeto inserto en su dimensión social y comunicativa, ha de realizarse desde la revisión de lo que se ha configurado y desde las circunstancias que lo explican, a lo largo de su construcción. Es decir, no se puede abordar un fenómeno comunicativo desde una aproximación estática y generalizadora. Se requieren análisis apoyados en una epistemología de la complejidad (Morin, 2004), como enfoque que nos acerca de manera razonada a la comprensión del entramado de las interrelaciones comunicativas, inherentes a un objeto de estudio de la Comunicación. Y frente a tales consignas no podemos olvidar, como dice Sterne “somos espejos de nuestro objeto, intentando entender una historia hecha a partir de la recapitulación de narrativas generadas en el seno mismo de la comunidad que desarrolló las tecnologías y también sus imaginarios” (2006:18).

Construir un objeto de estudio desde las nuevas líneas de investigación en Comunicación es, en palabras de Lorenzo Vilches un reto importante, ya que representa “un desafío que nos lleva a la necesidad de contemplar internet y las nuevas tecnologías como un objeto de estudio fundamental dentro de las ciencias de la comunicación” (2011:32). La construcción de nuevos objetos de estudio en las Ciencias de la Comunicación se basa en el surgimiento de situaciones inéditas, generadas por la presencia, irradiación y convergencia de medios, lenguajes y soportes. Es este un fenómeno actual que trasciende las estructuras comunicativas y produce situaciones aún inexploradas, que reclaman nuevas formas de ser abordadas.





La complejidad y transformación de las problemáticas que se abordan desde las Ciencias de la Comunicación demandan que el proceso de construcción de sus objetos de estudio se fundamente en problemáticas teóricas y reflexiones críticas; y rebasar así el simple esquema de suposiciones a partir de percepciones hechas sin rigor científico. Estas acciones requieren prolijidad epistemológica y análisis críticos. La construcción de este tipo de objetos de estudio tiene orientación epistemológica de integración de diversas perspectivas generadas en la observación del entorno y de los colectivos inmiscuidos directa o indirectamente con el mundo digital.

Para su construcción es importante equilibrar fondo y forma. Cuando la cultura digital es el fondo, en su proceso de construcción como objeto de estudio cobran especial importancia las formas en que, por ejemplo, se manifiestan diversos tipos de convergencias, ya sea la de los medios o los lenguajes multimedia; o bien, la convergencia de colectivos de acuerdo al tipo de uso que hacen de dispositivos o contenidos digitales. Es decir, en este caso fondo y forma son también recursos epistemológicos.

En la investigación sobre la cultura digital encontramos una amplia variedad de textos que aportan a la reflexión teórica. No obstante, la mayoría se centran en describirla sólo como el contexto actual en donde suceden determinados hechos.

La clasificación del repertorio de esta variedad de textos se puede clasificar en estudios sobre fenómenos sociales, centrados en ámbitos como lo comunicativo, educativo, político o económico. Otra vertiente de reflexiones teóricas sobre cultura digital pone especial énfasis en lo relativo al entorno educativo. Este tipo de textos se caracteriza por presentar análisis de casos o en proponer soluciones a problemáticas específicas, aunque se limita en lo que podemos llamar “el diagnóstico y el tratamiento” de habilidades instrumentales para el uso de tecnología. En esta vertiente se está produciendo un vasto inventario de textos, aunque, por lo general se presentan enfoques centrados en un tono prescriptivo y deontológico; en donde el mandato se





asume como encomienda y termina por pautar lineamientos que se ofrecen como factor remedial.

Detectamos así la configuración de un nuevo espacio crítico que impone un análisis puntual: la cultura digital. Ese nuevo espacio crítico se ha ido develándose a partir del reconocimiento de su complejidad y al asumir la trascendencia de las dimensiones desde donde requiere ser abordado. No bastan reflexiones planteadas desde ópticas que se han quedado cortas al refugiarse en algunos espacios teóricos consolidados, defendidos como trincheras de empoderamiento académico.

Los nuevos procesos de comunicación, vinculados una vasta variedad de entornos y colectivos, incitan a construir objetos de estudio con base en el reconocimiento de las áreas críticas y tener como punto de partida el reconocimiento de la complejidad de la problemática.

Un objeto de estudio se construye de una combinación de fundamentos teóricos y de observaciones empíricas; y se convierte en brújula que orienta la mirada del investigador en su intención constante de descifrar el complejo caleidoscopio que significa la realidad social. Elegir el caleidoscopio como metáfora para representar la complejidad de la realidad social sugiere una doble vía en la construcción del objeto de estudio. Por una parte, el deleite de la observación de la variedad de actividades, actitudes, percepciones y contradicciones inherentes a la cultura digital; circunstancias que la metáfora representa en el gozo de mirar dentro de un prisma en el que cada movimiento, el conjunto formado por pequeñas piezas de colores, se transforman y se renuevan en variadas combinaciones. Por otra, la exigencia de no extraviarnos en el interior del caleidoscopio, es decir, en la complacencia de la contemplación. En la investigación en Comunicación hay travesías unidas por un puente que va del deleite a la exigencia.





Conclusiones

La construcción de la cultura digital como objeto de estudio requiere delimitaciones teóricas y referenciales, con base en elementos epistemológicos y empíricos; así como la fundamentación de las observaciones e indagaciones sistemáticas del contexto y de los colectivos involucrados en el análisis.

El espíritu de nuestro tiempo está marcado por lo que hacemos y dejamos de hacer con lo digital. Investigar la amplia gama de lo que conforma la cultura digital es sin duda una de las líneas actuales de la investigación en Comunicación.

Sobre la cultura digital, en busca de la ponderación promuevo no aceptar plácidamente el exaltado fanatismo que se promueve, a diestra y siniestra, sin que medie reflexión alguna. En una visión académica, generada desde la investigación, no tiene cabida la narrativa de la mercadotecnia que inunda de calificativos sus descripciones y, en consecuencia, termina por hacer miopes acercamientos en vez de propiciar el análisis atemperado pero riguroso (Regil-Vargas, 2014).

Con base en lo expuesto hasta aquí podemos recapitular subrayando que la construcción de los objetos de estudio se realiza a la luz de diversos referentes teóricos y a partir de la configuración de categorías de análisis que permiten identificar aspectos significativos generados en las primeras indagaciones. Luego, al contrastar los primeros supuestos con las reflexiones sobre los hallazgos germinales se pueden franquear ciertos aspectos furtivos del objeto de estudio. Su construcción es un proceso constante en el desarrollo de la investigación.

No dejo de pensar en la posibilidad de que apuntes como estos que presento aquí, pronto podrán convertirse en “los antecedentes” de las formas en que se aborda la investigación de la Comunicación. Hacemos hoy lo que mañana será enjuiciado por otros investigadores.



Referencias

BAUMAN, Z. (1999). La globalización: consecuencias humanas. Buenos Aires, Fondo de Cultura Económica.

BAUMAN, Z. (2002). Modernidad líquida. México. Fondo de Cultura Económica. Comisión Presidencial Nuevas Tecnologías de Información y Comunicación: «Chile hacia la Sociedad de la Información. Informe al Presidente de la República», Santiago de Chile, 2000. <http://www.unesco.org.uy/informatica/publicaciones/chile.pdf>

BACHELARD, G. (1994). La tierra y los ensueños de la voluntad. México: Fondo de Cultura Económico.

MORENO, I. (2008). Escritura hipermedia y lectoautores. TORTOSA, V. Escrituras digitales. Tecnologías de la creación en la era virtual. Alicante. Universidad de Alicante, 121-138.

MARTÍN BARBERO, J. (1992). Pensar la sociedad desde la comunicación. Un lugar estratégico para el debate a la modernidad. Diálogos, (32), Lima, Perú.

MARTÍN BARBERO, J. (2004). Martín-Barbero, J. (2004). Metáforas de la experiencia social. Signo y Pensamiento..

MARTÍN BARBERO, J. (2012). De la comunicación a la cultura: perder el " objeto" para ganar el proceso. Signo y pensamiento. (31) 60: 76-84.

MORIN, E. (1962). El espíritu del tiempo: ensayo sobre la cultura de masas. Madrid: Taurus.

MORIN, E. (1994). El Método. Madrid: Cátedra

OROZCO. G. G., (2000). La investigación en comunicación desde la perspectiva cualitativa. México: Universidad Nacional De La Plata, Facultad de Periodismo y Comunicación Social, IMDEC.

OROZCO. G. G. y GONZÁLEZ, R. (2011). Una coartada metodológica. Abordajes cualitativos en la investigación en comunicación, medios y audiencias. México: Tintable.



REGIL-VARGAS, L. (2014). Cultura digital universitaria. Tesis doctoral. Facultad de Comunicación. Universidad Autónoma de Barcelona. Barcelona. http://ddd.uab.cat/pub/tesis/2014/hdl_10803_283956/lrv1de1.pdf

SOLARES, B., (2009). Notas sobre la imagen en Gastón Bachelard. Solares, B. (ed.), Gaston Bachelard y la vida de las imágenes, Cuernavaca, Morelos, Universidad Nacional Autónoma de México, Centro Regional de Investigaciones Multidisciplinarias. 11-112.

STERNE, J. (2006). The Historiography of Cyberculture. Jones, S. Critical cyberculture studies (57): 17-28. A. Massanari (Ed.). New York: New York University Press.

VILCHES, L. (Coord.) (2011). La investigación en comunicación. Métodos y técnicas en la era digital. Gedisa: Barcelona.