Recibido: 07.11.2022 • **Aceptado:** 26.11.2025

Palabras clave: alfabetización transmedia, pandemia, educación, Facebook.

Lo **digital investigado** desde las **ciencias** de la **comunicación**

DANIEL ALFONSO DEBO ARMENTA
Daniel.debo@uaslp.mx
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN, UASLP



El paradigma de lo digital no ha sido ajeno para las ciencias de la comunicación. Este texto explora cómo este campo ha sido y seguirá siendo pertinente para el análisis de fenómenos actuales desde una perspectiva teórica y metodológica contemporánea, y muestra que investigar en lo digital desde esta disciplina aporta conocimiento sobre lo que ocurre en una sociedad casi totalmente digitalizada.

Imaginen que alguien les pregunta: ¿qué investigan en Comunicación? Y la respuesta fuera simplemente: "todo lo que ocurre en los medios de comunicación". Suena simple, claro y muy alejado de la realidad, sobre todo en esta época, repleta de herramientas tecnológicas digitales que usamos para casi todo. Desde que Nicholas Negroponte escribió en 1995 que "el futuro ya está aquí, y solo existen dos posibilidades: ser digital o no ser", el mundo cambió radicalmente y, con él, las preguntas que nos hacemos desde las ciencias sociales. Las ciencias de la comunicación no se quedaron atrás: llevan décadas documentando y analizando lo que significa vivir, relacionarse y construir mensajes, identidades y cultura en entornos digitales. Por ello, es importante definir qué es lo digital y por qué esta disciplina debe ser un referente en el análisis de los fenómenos de una sociedad mediada por pantallas digitales.

¿Qué es eso que llamamos "lo digital"?

Antes de responder cómo, dónde y por qué investigamos lo digital, vale la pena precisar qué entendemos por ello. No se trata solo de las redes sociales, los dispositivos o las pantallas: lo digital es un fenómeno que transforma las formas en que los seres humanos se relacionan, producen conocimiento, ejercen poder y construyen realidad (Negroponte, 1995; Castells, 1996; Lankshear, 2003).

Castells (1996) lo definía como un conjunto de transformaciones en la manera en que los seres humanos se comunican, se organizan y construyen sentido. Las ciencias de la comunicación no estudian un fenómeno pasajero, sino el tejido mismo de la vida contemporánea, articulando lo teórico con lo metodológico.

Las ciencias de la comunicación: un campo que siempre supo adaptarse

Uno de los malentendidos más comunes sobre las ciencias de la comunicación es pensar que se trata solo de hablar bien en público o hacer periodismo. Nada más alejado de la realidad: es un campo académico que examina los procesos, medios y efectos de la comunicación en la sociedad, analizando cómo se produce, transmite y recibe la información entre emisores, mensajes, medios y audiencias.

Néstor García Canclini (2019) señala que, ante un escenario digital, la democracia parece disminuir y se radicaliza la mediación entre políticos y ciudadanos. Rossana Reguillo (2017), por su parte, habla de lo digital como un "espacio público extendido" y agente de comunidad: movimientos como #YoSoy132, #MeToo, #BlackLivesMatter, Occupy *Wall Street*, el 15-M o la Primavera Árabe lo demuestran. No hay movimiento social, proceso educativo, práctica cultural o ejercicio del poder que hoy no esté mediado, de alguna manera, por lo digital.

Las ciencias de la comunicación tienen la ventaja de ser, por naturaleza, un campo interdisciplinario que dialoga con la antropología, la sociología, la pedagogía y los estudios culturales. Esa capacidad de cruzar fronteras es lo que las hace tan pertinentes en la era digital: no

Una de las aportaciones más importantes de las últimas décadas ha sido la epistemología digital: la reflexión sobre cómo conocemos y producimos conocimiento en un entorno digital. Lankshear (2003) lo plantea con claridad: lo digital no es solo una herramienta nueva para hacer lo mismo de siempre, sino un desafío de la práctica académica, porque cambia lo que significa saber y cómo accedemos, transformamos y compartimos el conocimiento, obligándonos a preguntar quién lo produce y con qué fin.

estudiamos la tecnología por la tecnología, sino qué hace la tecnología con las personas y qué hacen las personas con la tecnología. Esa pregunta seguirá siendo relevante mientras sigamos siendo humanos.

Investigar lo digital: teoría y metodología entrelazados

Una de las aportaciones más importantes de las últimas décadas ha sido la epistemología digital: la reflexión sobre cómo conocemos y producimos conocimiento en un entorno digital. Lankshear (2003) lo plantea con claridad: lo digital no es solo una herramienta nueva para hacer lo mismo de siempre, sino un desafío de la práctica académica, porque cambia lo que significa saber y cómo accedemos, transformamos y compartimos el conocimiento, obligándonos a preguntar quién lo produce y con qué fin.

Daniel Miller (2012) explica que lo digital no es una capa superficial que se agrega a la vida humana, sino parte de la materia misma con que los seres humanos construyen su existencia social, y analiza, desde la etnografía digital, cómo la tecnología dota de sentido a quienes intercambian a través de ella recursos culturales, sociales, políticos y económicos.

En ese marco, la etnografía digital se ha consolidado como uno de los métodos más poderosos para estudiar la vida en entornos digitales. Christine Hine (2015) la define como la adaptación de los métodos etnográficos tradicionales a espacios en línea, pues internet es tanto un lugar como una herramienta de comunicación. Edgar Gómez-Cruz (2017) propone una distinción útil: lo digital puede estudiarse como objeto (la plataforma, su diseño y sus algoritmos), como campo (el espacio social donde ocurren interacciones y se forman culturas) o como método (las herramientas digitales que usamos para investigar), lo que abre un abanico enorme de posibilidades para quien investiga desde las ciencias de la comunicación.

¿Qué se hace desde las Ciencias de la Comunicación de la UASLP?

Como profesor del eje de Investigación en Comunicación, he observado proyectos de estudiantes que analizan interacciones digitales mediadas por la tecnología, las redes sociales y las apps, muchas veces para abordar problemáticas que ellos mismos experimentan.



DANIEL ALFONSO DEBO ARMENTA

Doctor en Estudios Latinoamericanos en Territorio, Sociedad y Cultura, maestro en Educación y Gestión Pedagógica y licenciado en Ciencias de la Comunicación por la UASLP. Es docente e investigador de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la UASLP. Miembro del Sistema Nacional de Investigadores e Investigadoras (SNII). Su línea de investigación se enfoca en la etnografía digital, la antropología digital, la literacidad digital y el análisis de fenómenos socioculturales en entornos virtuales.

Comparto algunas investigaciones noveles de la Facultad, en su fase final:

a) Rulas analiza los elementos audiovisuales en los diez tiktoks más compartidos del *trend* "Ojitos mentirosos" y su relación con el posicionamiento de la canción en Spotify. Los hallazgos aportan bases para diseñar estrategias de marketing digital musical.

b) Nat investiga los *aesthetic* en lo *offline-online* (Instagram, TikTok): subculturas que estetizan la realidad, sin un equipaje cultural sólido y de vida líquida, es decir, efímera. Identifica un modelo de esta dinámica: un *aesthetic* (por ejemplo, el "coquette") aparece, se comparte, se consume y modifica, y vuelve a circular, en un ciclo de evolución y desaparición.

c) David, en "Censura en la era digital: hacia una definición de la cancelación desde el estudio de casos en Twitter / X", recorre la cultura de la cancelación a través de las generaciones @ (generación X), # (generación Y) y ฿ (generación Z) y analiza lo que implica ser "cancelado" (doxeado, troleado) por acciones que escapan lo políticamente aceptado, lo que lleva a buscar su desaparición del escenario digital. Un tema pertinente en redes como Instagram, TikTok, Facebook y X.

Estos estudiantes reflexionan sobre el mundo digital, sus normas y sus problemas, apoyándose en la etnografía digital, con rigor académico y ética profesional.

A modo de cierre

Lo digital ya no es el futuro, tampoco una moda académica pasajera; es el presente cotidiano de millones de personas que se comunican, aprenden, trabajan, consumen y crean con una pantalla cerca. Ante ese panorama, la pregunta no es si las ciencias de la comunicación deben investigar lo digital, sino cómo hacerlo con rigor, ética y una mirada crítica que no pierda de vista que detrás de cada perfil, cada meme y cada *trending topic* hay personas concretas, con contextos culturales, históricos y sociales específicos que merecen ser comprendidos, no solo medidos.

Como se puede apreciar en las investigaciones mencionadas, las y los estudiantes de Comunicación tienen mucho que decir sobre los fenómenos digitales de hoy. No es casualidad que ellas y ellos sean quienes analicen los trends de TikTok, la vida efímera de los *aesthetics* digitales o el fenómeno de la censura, porque lo que ocurre ahí es, fundamentalmente, comunicación. Además, utilizan las herramientas que están disponibles: la etnografía digital, la epistemología digital, el análisis del discurso para explicar su realidad, por ello su importancia. Pero lo que falta es seguir formándonos y mirando de frente estos fenómenos desde nuestros propios contextos y experiencia como usuarios, ciudadanos e investigadores desde otra trinchera, las ciencias de la comunicación. UP

Referencias bibliográficas:

Gómez-Cruz, E. (2017). *La fotografía digital como práctica cultural*. Etnografía de los usos sociales de la fotografía en la era digital. Bellaterra.

Hine, C. (2015). *Ethnography for the Internet: Embedded, embodied and everyday*. Bloomsbury Academic.

Jenkins, H. (2006). Convergence culture: *Where old and new media collide*. New York University Press.

Lankshear, C., y Knobel, M. (2003). *New Literacies: Changing knowledge and classroom learning*. Open University Press.

Negroponte, N. (1995). *Ser digital*. Océano.