**Re-pensar los consumos y mediaciones tecnológicas en el fin del mundo**

Eje 12. Convergencia y nuevas tecnologías.

Autoras:

Car, Valeria (ICSE-UNTDF) — vcar@untdf.edu.ar.

Naranjo, Cinthia (ICSE-UNTDF) — [cnaranjo@untdf.edu.ar](mailto:cnaranjo@untdf.edu.ar).

Este artículo se enmarca en un proyecto de investigación PIDUNTDF (2019-2021)[[1]](#footnote-1) denominado ¨Consumos culturales: transformaciones tecnológicas y sentidos en disputa de los jóvenes de la UNTDF¨. La misma es una investigación exploratoria con técnicas de tipo cualitativas que permiten indagar a través de entrevistas en profundidad y de focus groups acerca del ciclo del consumo, la especificidad de los sentidos en disputa en los consumos audiovisuales de ficción y sus mediaciones tecnológicas de los jóvenes estudiantes de dicha universidad. El objetivo de este trabajo es, como primer avance, sistematizar una reflexión teórica y metodológica, que parte desde la perspectiva de los Estudios Culturales (Hall,1990, Silverstone,1994; Williams, 1974; Thompson,1993; entre otros) para revisar algunas de sus categorías centrales a la luz de las profundas transformaciones tecnológicas actuales. En este contexto re-pensaremos el devenir de las tecnologías audiovisuales y la proliferación de pantallas en los modos específicos de institucionalización y formas y/o prácticas culturales (Williams, 1974) así como la conceptualización compleja de uso/consumo de los medios audiovisuales y de sus audiencias en relación a las diversas formas de apropiación (Thompson,1993) y el ciclo del consumo (Silverstone,1994). En síntesis, la revisión de un enfoque tripartito con mayor estructuración en los saberes teóricos re-pensados a partir de un estudio de caso, nos permite fortalecer el posicionamiento crítico en el trabajo de campo y poner en evidencia la vigencia de estos autores en los debates actuales en relación a las mediaciones tecnológicas en el campo de la comunicación social.

Este texto se produce en el complejo escenario actual de profundas transformaciones tecnológicas de las sociedades contemporáneas (Ortíz, 1994, 2002) que atraviesan todas las prácticas sociales y específicamente los consumos culturales En este sentido, este artículo se enmarca en un primer avance del proyecto de investigación PIDUNTDF (2019-2021) denominado ¨Consumos culturales: transformaciones tecnológicas y sentidos en disputa de los jóvenes de la UNTDF¨, cuyo objetivo es problematizar y comprender la especificidad de los sentidos en disputa en los consumos audiovisuales de ficción y sus mediaciones tecnológicas de los jóvenes estudiantes. En este contexto se trata de conformar un marco teórico que posibilite alcanzar dicho objetivo a partir de re-discutir, re-situar, y re-pensar algunas categorías relevantes propuestas por intelectuales de los Estudios Culturales (Morley, 1992; Silverstone, 1994; Williams, 1992; Thompson, 1998, entre otros). Partiremos de algunos interrogantes que nos ayudarán a poner en discusión/tensión ciertos conceptos/teorías/pensamientos desde una perspectiva espacio-temporal, como por ejemplo: ¿Cómo pensamos el ciclo del consumo que propuso Silverstone para comprender hoy la relación de los sujetos con las pantallas a partir de reflexiones en torno a la TV de los 80´ en tanto mediación hegemónica? ¿Desde dónde recuperamos y reivindicamos la reconocida crítica que realiza Williams sobre el determinismo u optimismo tecnológico para comprender las tecnologías y sus usos en el marco de las transformaciones actuales?

En síntesis, discutir y re-construir el marco teórico conceptual para indagar acerca de las prácticas sociales, haciendo hincapié en los matices, diferencias y especificidades que manifiestan las dinámicas de los consumos culturales y las mediaciones tecnológicas actuales nos permitirá abordar nuestro trabajo de campo con mejores herramientas teórico conceptuales. Los resultados de esta discusión también incluyen en su proceso la reflexión sobre el desarrollo y transformación de las industrias culturales en el ámbito territorial por un lado y al diseño de políticas públicas más federales y democráticas.

**Trayectos en disputa: entre el re-pensar y la perspectiva rupturista**

Las industrias mediáticas y en particular los medios audiovisuales, constituyen en las sociedades contemporáneas una fuente central para la producción de sentidos predominantes del orden social. Las tradiciones teóricas en el campo transdisciplinar de la comunicación social (Ford, 1994), sus diferentes campos de indagación, diversos problemas de investigación, su posterior nacimiento a otras disciplinas en las ciencias sociales muchas veces nos sitúa en la compleja realidad de recortar objetos o identificar problemas cuyos enfoques metodológicos y herramientas de análisis deben producirse para cada investigación en su contexto (Reguillo, 2004). Las tradiciones de los diversos marcos teóricos muchas veces en tensión, otras en necesaria complementariedad, los cruces, los conceptos resignificados, nos ubican en un estado de permanente incertidumbre incluso con fronteras muchas veces inestables y borrosas. Allí, textos como *El oficio del cartógrafo* (Martín Barbero, 2002), *Navegaciones* (Ford,1994), *Mundialización y Cultura* (Ortiz, 1990), *Codificar y decodificar* (Hall, 1980), *Ideología y cultura moderna* (Thompson, 2004), *Los estudios culturales. El mapa incómodo de un relato inconcluso*(Reguillo, 2004) o *Tecnología y forma cultural* (Williams,1974), *Televisión y vida cotidiana* (Silverstone, 1994), son marcos de referencia indispensables para pensar el sujeto moderno y los procesos comunicacionales.

Sabemos que los estudios culturales anglosajones son un lugar de permanente debate y reflexión por parte de los intelectuales latinoamericanos. Desde desde esta mirada territorial, situada y contextualizada se despliega un complejo campo definido como estudios de la cultura, estudios culturales latinomamericanos, cultura y poder, sociología de la cultura, etc. que referencian modos de producción en diálogo crítico con los estudios culturales británicos, no desde los marcos teóricos conceptuales en sí, sino como lugar de producción hegemónico globalizado ( Fuentes Navarro, R. (1999) Restrepo, E. (2012), Martín Barbero, J. (2010), García Canclini, N. (2010) Mato, D. (2002), Follari, R. (2004), Mata, M. (1997),Ortiz, R. (2004), entre otros). Estas discusiones nos permitenrepensar los procesos comunicacionales en el territorio desde la articulación entre las dimensiones económicas, sociales y culturales. También desde una mirada interdisciplinaria, que complejiza las formas de consumo y las relaciones de poder en las mismas, asumiendo la tensión -no resuelta- entre las subjetividades y las estructuras en un sistema capitalista de orden global, en donde los consumos son constitutivos de la conformación de identidades desterritorializadas. Esto significa que asumimos un posicionamiento crítico sobre la expropiación de conceptos cuya potencialidad para comprender los consumos es muy poderosa y legítima si las reconocemos en el contexto de estas tradiciones/tensiones. En este caso, las tradiciones teóricas de los Estudios Culturales, nos permiten aproximarnos a nuestro problema de investigación en tanto nuestro esfuerzo se orienta en comprender (y no sólo describir) los consumos de los jóvenes de la UNTDF. Sin embargo, una de las tensiones que se hacen visibles en el proceso de construcción del marco teórico y en las discusiones del equipo de trabajo circulan en torno a la necesidad de repensar en qué aspectos o dimensiones las categorías planteadas por estos intelectuales contienen mayor potencia explicativa para ser re-pensadas en contextos actuales profundamente transformados, desterritorializados, o mediatizados al tiempo que los resituamos desde una perspectiva crítica en términos de las discusiones que se abordan en el campo intelectual latinoamericano nunca saldadas y siempre en disputa. Aquí es necesario hacer algunas aclaraciones que tienen que ver por un lado, con las discusiones más ancladas en el campo trasdisciplinar de la comunicación en relación a los desplazamientos teórico-metodológicos visibles en el campo a partir de la década de los 80´ que involucra la crítica a las teorías mediocentristas y por otro, a las discusiones y debates en torno a las tradiciones latinoamericanas ( teorías de la descolonicación, de la dependencia, etc) que se dan en el campo de las ciencias sociales en la emergencia de las tensiones y producciones de los estudios culturales internacionalizados, expandidos o globalizados.

En la actualidad, el fenómeno de la comunicación desde el lugar de la producción, el mercado y el Estado, existe una proliferación de múltiples pantallas y de diversos dispositivos digitales de las tecnologías de la comunicación que pareciera indicarnos un poderoso fenómeno de convergencia al tiempo que sin duda también se han transformado visiblemente las audiencias de la televisión, siendo esta última en el campo de la comunicación, motivo de diversas discusiones y posicionamientos incluso acerca de su estatuto y su real existencia (Carlón & Scolari, 2009). Sin embargo, su consumo parece que continua más que vigente al menos a nivel nacional. La última Encuesta Nacional de Consumos Culturales en Argentina (Encuesta Nacional de Consumos Culturales, SInCA, 2017) indica que el 95 por ciento de los encuestados miran la televisión en su dispositivo tradicional. Este aspecto no es menor cuando en la coyuntura histórica actual a nivel global pero también nacional, se discute acerca de las diferentes formas de regulación de la comunicación audiovisual y especialmente aquellas que se consumen en las *nuevas pantallas* (Murolo, 2009, 2010) o que se brindan servicios desde las llamadas *Over The Top* (OTT)[[2]](#footnote-2) como simples empresas de tecnología o como medios de comunicación. Cuando observamos reflexivamente estas instancias se hace visible que ni la producción puede pensarse sin comprender sus articulaciones con el consumo, ni el consumo se puede entender por fuera de los poderosos mecanismos y modos que operan en producción (Thompson, 2004). Así, comprender acerca de las transformaciones en el consumo y sus mediaciones tecnológicas parece ser estratégico no sólo para el campo de los consumos culturales sino también para disputar sentido acerca de las tradiciones que abrevan al campo de la comunicación social como derecho humano universal.

En términos de mediaciones tecnológicas sucede algo similar. Tal como ya ha sido demostrado desde el análisis comunicacional, sociológico e histórico, ni los dispositivos de la comunicación pueden pensarse por fuera de sus usos, ni sus usos pueden comprenderse por fuera de los condicionamientos tecnológicos de un momento histórico determinado (Williams,1992). A nivel local la inexistencia de estudios sobre los consumos culturales y mediaciones tecnológicas ponen en escena una importante demanda de conocimiento por parte de instituciones, empresas, productoras, medios de comunicación tanto públicos como privados que requieren este tipo de conocimiento para desarrollar mejores estrategias de producción. En ese sentido, dadas las particulares características de Tierra del Fuego –un territorio de peculiar conformación migratoria y geográfica (Hermida, Malizia, van Art, 2016)- y que además se caracteriza por un precario sistema de medios audiovisuales enmarcado históricamente en un desarrollo espacial de centro-periferia que produce dinámicas complejas donde se evidencian otras lógicas que distan mucho de la concentración de las estructuras de propiedad de los medios puesto que su funcionamiento se encuentra estructurado sobre una lógica de subsistencia y en estado permanente de precarización (Ader, Car, Hermida, 2014). Dichas características específicas del territorio y sus medios configuran la forma de abordaje de la investigación y generan el interés por analizar el objeto delimitado. En este sentido, en un primer momento se realizó un recorte de tópicos o categorías para ordenar la bibliografía de interés, las lecturas, los fichados y discusiones que emergieron en este proceso en desarrollo. Por ello realizamos un ordenamiento y jerarquización en tres categorías principales: consumos, mediaciones tecnológicas y juventudes.

**Los consumos como práctica compleja ayer, hoy y mañana**

La manera de entender el consumo como una práctica social se inscribe en las tradiciones de los Estudios Culturales. A diferencia de los estudios administrativos norteamericanos que se refieren a las audiencias en términos ¨objetivos¨, ¨empíricos¨ y de alguna manera ¨administrables¨ desde una perspectiva positivista, la noción de consumo intenta comprender los sentidos que se producen en esa práctica que constituye a los sujetos como audiencias, televidentes, espectadores, libres usuarios, etc. En esta misma línea y bajo la evidente formación de estos estudios Mata (1997: 7-8) define los consumos de los medios audiovisuales como conjunto de prácticas socioculturales en las que se construyen significados y sentidos del vivir […]. De ahí, que más allá de la dimensión estrictamente económica, el consumo empieza a ser pensado como espacio clave para la comprensión de los comportamientos sociales”. Así, el enfoque de Silverstone (1994) en *Televisión y vida cotidiana* contrapone esta forma de concebir al destinatario y desarrolla en profundidad la aproximación a la noción de consumo como una práctica compleja, trascendiendo las visiones instrumentales del lenguaje, del sujeto y de la cultura como un proceso activo, desigual, contradictorio, ontológico y significativo. Para este autor se trata que mirar, hablar o leer sobre televisión es el resultado de una atención enfocada y desenfocada tanto conciente e inconciente. Sus reflexiones acerca de la experiencia televisión y su lugar en la vida cotidiana también están profundamente influenciadas por al menos tres contribuciones muy presentes en su obra e interrelacionadas  con el estudio de la fenomenología del mundo social: La el relato de Anthony Giddens cuando él intenta caracterizar la estructuración de la vida cotidiana y la seguridad ontológica que la considera un componente esencial de todo proyecto destinado a proporcionar una base teórica para comprender la vida social del mundo moderno. Silverstone repone algunas afirmaciones de Giddens en esta línea:

“La seguridad ontológica denota la fe que la mayor parte de los seres humanos tiene la continuidad de su identidad propia y en la constancia de los medios circundantes de acción, social y material. Una creencia en la fiabilidad de las personas y cosas- tan esencial a la noción de la confianza- es fundamental para los sentimientos de la seguridad ontológica. De ahí que ambas estén relacionadas desde el punto de vista psicológico. La seguridad ontológica concierne al “ser” o, en términos de la fenomenología, al ¨ser en el mundo” pero se trata de un fenómeno más emocional que cognitivo que tiene sus raíces en el inconsciente”, (Silverstone, 1990: 92)

Se puede observar que la preocupación se centra en la problemática relación entre acciones y estructuras. La segunda influencia fuerte que aparece es el relato de Winnicott sobre la emergencia del individuo y, en particular su análisis de los fenómenos transicionales y su espacio potencial. Para Silverstone la modernidad se nutre de la información pública y la participación masiva de consumo, y entender de qué modo se apropian de las imágenes, objetos e ideas, los individuos, las casas, los grupos, para construir identidad propia y sentar bases de acción social individual y colectiva permite comprender los usos y consumos culturales. Si a decir del autor en este libro ¨*La sociedad del siglo XX está sostenida por las formas y el contenido ya existente de la TV****¨*** (Silverstone,1990:134), debemos resituar esta aseveración para repensarla en relación a las transformaciones sociales de las últimas décadas que nos proponen, por ejemplo, nociones más adecuadas al contexto como el de ¨pantallas¨ (Murolo, 2014, 2015) para abordar estos procesos complejos de la televisión, sus continuidades, transformaciones, extensiones o reconversiones. Tanto en las pantallas de hoy como en la televisión de los 80´, los cambios que ocurren en el uso público y el consumo privado de los nuevos sistemas y servicios de comunicación y como tales traen consecuencias para nuestra concepción de las relaciones y prioridades espaciotemporales. En esta misma línea, si bien el concepto de pantallas resulta más operativo para nuestro estudio también con mucha lucidez anticipa que :

La globalización de la cultura sigue a la globalización de las relaciones económicas que a su vez sigue a la globalización del movimiento de información y la comunicación propaladas a su vez por la nueva generación de tecnologías electrónicas. En estas discusiones se juega la significación del estado nacional como foco de identidad y de cambio cultural, se juega constantemente las cuestiones de identidad individual y colectiva que se perciben amenazadas por las nuevas heterogeneidades y fragmentaciones de las formas y los productos culturales contemporáneos (Silverstone,1990: 154)

De esta manera llegamos a una definición central acerca del consumo. El consumo es -metafórica y literalmente- uno de los procesos principales por los cuales los individuos se incorporan a las estructuras de las sociedades contemporáneas, pero entendiendo que esa incorporación es un proceso complejo y ambiguo, muchas veces contradictorio. Es un proceso que supone actividad y también pasividad, competencia e incompetencia,  pericia e ignorancia. El gusto aparece vinculado al consumo desde una perspectiva bourdeureana. El consumo como actividad simbólica, proporciona un mecanismo de clasificación social. La capacidad y el modo de consumo se caracteriza por su clase social, las identidades se forjan y fortalecen en el consumo. El consumo expresa el gusto y el gusto expresa el estilo de vida. Y todos a su turno expresan el habitus. Son valores y prácticas de distinción de su propia cultura que hacen referencia a nuestro status y a la negación de dicho status a otros. Al retomar el interés por el enfoque de Giddens o Bourdieu en relación al modo complejo de pensar estructuras y acción, Silverstone propone el estudio de la dinámica del consumo. Esto presupone entender en alguna de sus dimensiones al consumo como un ciclo, una práctica cíclica integrada por múltiples dimensiones. Nos detendremos en tres categorías propuestas por dicho autor que aparecen como significativas para aplicar a la indagación y a los instrumentos cualitativos que se diseñarán a tal fin (entrevistas semi estructuradas y focus group) en la referenciada investigación de los consumos de ficción en los jóvenes de la UNTDF: la apropiación, la objetivación y la conversión; categorías que nos ayudarán a reconocer los consumos que realiza los estudiantes y acercarnos a comprender cómo es en la actualidad el funcionamiento del sistema de interpelación a partir del cual los consumidores, las audiencias, producen significados.[[3]](#footnote-3)

**Entre mediaciones tecnológicas y la vigilancia epistemológica de sus determinismos**

Una primera aproximación para abordar las mediaciones tecnológicas requiere una categorización al medios provisoria de los medios audiovisuales. Estos pueden definirse como aquellas instituciones cuya especificidad se asocia a la producción de mensajes y sentidos que se producen a través de la imagen y/o sonidos más allá del contacto cara a cara, transformando la organización temporal y espacial de la vida social a través de la circulación de diferentes formatos y géneros en una sociedad mediatizada creando ¨nuevas formas de acción e interacción en la sociedad, nuevos tipos de relaciones sociales y nuevas maneras de relacionarse con los otros y con uno mismo¨ (Thompson:1998:19). Esto nos permite abordar las mediaciones tecnológicas más allá de los enfoques mediocentristas. Desde este distanciamiento abordamos la noción de mediación. Una primera aproximación para delimitar algunas de las dimensiones centrales de esta categoría es el sentido de la mediación en los términos que históricamente la ha planteado Martín Barbero (1987) es decir, la mediación como lo que se encuentra entre el sujeto y los medios, o al decir de Mata (2014): ¨ las mediaciones como esos lugares que condensan, concentran y potencian la producción social de sentido¨. De esta manera, si las mediaciones como refirió en su momento Martín Barbero, eran entendidas como ese lugar desde el que es posible percibir y comprender la interacción entre el espacio de la producción y el de la recepción; si en los 90´se trataba de entender que lo que se produce en la televisión (como institución hegemónica mediática) no responde exactamente a los requerimientos del sistema industrial y a estratagemas comerciales sino también a exigencias que vienen de los modos culturales y de las tramas a la vez (1987:52), es necesario en las investigaciones contemporáneas profundizar fuertemente en ese lugar de producción de sentido: las mediaciones tecnológicas. Aquí es necesario detenerse para abordar otra dimensión de las mediaciones: la que se refiere la mediación entre la comunicación masiva y la cultura popular. Esta aproximación al concepto de mediación nos habilita importantes interrogantes para pensar los consumos de los jóvenes. ¿Cuáles son esos desplazamientos y juegos que en se pueden evidenciar hoy entre los procesos de producción y consumos culturales de las juventudes fueguinas? Allí las mediaciones tecnológicas parecen ocupar un lugar de producción de sentido potente, especialmente asociado a lo que Murolo define como nuevas pantallas. En términos de su expansión, proliferación y uso en las sociedades contemporáneas, debemos pensarlas como un lugar estratégico para comprender los consumos actuales. Un segundo eje que se desarrolla en la investigación para abordar los consumos de ficción en los jóvenes de la UNTDF es el de las mediaciones tecnológicas. En el vasto campo de las reflexiones acerca de las tecnologías la definición de esta categoría parece problemática y muy abarcativa, ya que permite aplicarse en múltiples sentidos. Podríamos decir que pueden definirse como herramientas o instrumentos que sólo son el soporte de sentido. Desde este punto de vista, las tecnologías en la historia del audiovisual y en el campo de la ficción pueden aparecer como simples aparatos. Esta perspectiva parece reducir el espesor y densidad que conlleva la palabra. Ya Mattelard (2002) analizaba en *Historia de la Sociedad de la Información* desde una perspectiva histórica de la comunicación, las implicancias que tiene la tecnología a lo largo de la historia. Se remonta a la edad media para observar las prácticas específicas de ese tiempo pero similares como lo era el servicio de correo postal con un complejo sistema de control y distribución territorial que constituía un verdadero sistema de correo medieval.

Por su parte McLuhan (1996) quien propuso una teoría estética de la comunicación por los 60` instaló percepciones acerca de la tecnología con gran repercusión y trascendencia global ajustado a un modelo de pensamiento eurocentrista. En su aproximación se puede advertir una concepción lineal de la historia, fundamentos que se evidencian en el soporte del sentido común para su clasificación, por ejemplo, de los medios (fríos-calientes). Esta mirada determinista ha simplificado y reducido las relaciones entre los contextos, las tecnologías y los sujetos que las usan. Fuera de esta lógica reduccionista que desvanece el complejo abordaje en torno a las implicancias de este concepto, Martín Barbero (1991) ubica a las tecnologías como aquellas que “no son herramientas transparentes, y no se dejan usar de cualquier modo, son en última instancia la materialización de la racionalidad de una cultura y de un modelo global de organización de poder”. Williams (1992), en Televisión y forma cultural, dice que ¨todos los inventos técnicos se dan siempre dentro de las sociedades, y las sociedades son siempre algo más que la suma de relaciones e instituciones de las cuales los inventos técnicos han sido excluidos mediante una definición falsamente especializada”. Las tecnologías alteran el mundo produciendo efectos sociales. Sin embargo, esto recae en el uso. Lo que altera el mundo es el uso y no la innovación. Así, Williams permite pensar en el uso como una práctica social significativa. Además, este uso remite directamente al estudio en la vida cotidiana y a la noción de domesticación que se ha desarrollado anteriormente con Silverstone haciendo visible un camino teórico conceptual que posibilita robustecer el enfoque teórico. La domesticación de la tecnología denota la capacidad de un grupo social (casa, familia organización) para apropiarse de los artefactos tecnológicos y los sistemas de transmisión e incorporarlos a su propia cultura para controlarlos y para hacerlos más o menos invisibles dentro de las rutinas diarias (Silverstone, 1990:169). Nuestros consumos efectivamente actúan sobre la subjetividad de cada uno de nosotros y nosotras, nuestra concepción de la realidad se adapta a lo que vemos, escuchamos, leemos y cómo nos informamos.

De esta manera se aleja de posturas reconocidas como deterministas: la suposición que el medio es el mensaje o que las tecnologías son una prolongación del cuerpo humano. Si reflexionamos acerca de las tecnologías contemporáneas en clave de Williams, Martín Barbero y Silverstone, observando que las mediaciones tecnológicas de la vida moderna cotidiana cobran cada vez más significación social; el “nuevo sensorium” que Benjamín utilizó para pensar la experiencia como el modo de acceder a lo que irrumpe en la historia con las masas y la técnica resulta un aporte sustancial para comprender las experiencias de lo que en ese contexto se refería a las masas y su relación con la técnica: ¨No se puede entender lo que pasa culturalmente en las masas sin atender a su experiencia” (Martín-Barbero,1987:62). Se trata de comprender que las mediaciones tecnológicas en su apropiación y uso a gran escala han ido transformando sensiblemente la categoría espacio-temporal a partir de la experiencia común de simultaneidad, de fluidez e instantaneidad en las prácticas sociales. Esta construcción permanente de un modo de presente acentuado cuando resituamos el conjunto de reflexiones sobre mediaciones en el territorio, y en la época actual se combina con otras complejidades, que configuran el escenario como un espacio básicamente periférico, donde la capital del país (ciudad de Buenos Aires) fortaleció una dinámica totalmente centralista. En ese contexto transversal encontramos que el entramado mediático fueguino se caracteriza por una dinámica en estado de precarización asociado a una lógica de subsistencia y no de desarrollo, situación que hace necesaria indagar en relación a los modos en que este mapa de producción audiovisual se relaciona con el consumo (Ader, Car y otro, 2014). Así, retomando el concepto de mediación de Martín Barbero, un lugar válido de reflexión para resituar y problematizar el concepto de mediación de los 90´, emerge como pregunta para pensar la especificidad de las mediaciones tecnológicas en las nuevas pantallas (Murolo, 2012) teniendo en cuenta que este autor planteaba una doble mediación de la televisión de esa época en tanto simulación del contacto y retórica del directo: ¿Transforma, potencia, establece rupturas, manifiesta fuerte continuidades o requiere nuevas dimensiones de estudio? ¿En qué medida y jerarquías pensamos hoy el consumo en pantallas desde estas categorías planteadas por Martín Barbero para la televisión? Es necesario profundizar en estos ejes fuertemente imbricados en el estudio de los consumos culturales donde especialmente emerge la juventud como categoría para el trabajo de comprensión sobre consumos y mediaciones tecnológicas.

**Los modos de habitar el mundo: consumos culturales, identidades y mediaciones en los jóvenes**

Los jóvenes que hoy analizamos se han educado de acuerdo a la narración transmediática, que puede observarse en Pokémon o Yu-Gi-Oh! (Jenkins,2006). Los consumidores jóvenes, como son los estudiantes de la UNTDF, se han convertido en cazadores y recolectores de información. De acuerdo a Jenkins, al analizar sus consumos transmediáticos, podemos tener en cuenta el disfrute en la búsqueda de la historia de los personajes y los elementos de la trama, que no se limita al producto en concreto, sino que se relaciona entre diferentes textos dentro de la misma franquicia.

La juventud o más bien las juventudes son concebidas ya en inicios del milenio por Martín Barbero como aquellas que contienen un sensorio audiovisual, en tanto sujetos dotados de plasticidad neuronal y elasticidad cultural que se adapta camaleónicamente a diferentes contextos y lenguajes (1999:97). Como categoría y condición (Marín Barbero, 2008) nos ayuda a segmentar y comprender el entramado del consumo audiovisual de ficción de la juventud en la UNTDF. Hoy tenemos un acceso a la educación e información que está indiscutiblemente mucho más al alcance de lo que lo estaba tan solo unas generaciones más atrás, lo que no quiere decir que estudiar de qué manera operan los sentidos y cómo se forma el mismo en un joven del territorio y en formación académica, sea algo sencillo.

La vida de los jóvenes y los comportamientos van cambiando conforme a lo que los mercados van delimitando. Pensarla como un estadío y no como una delimitación a rajatabla también tiene que ver con una mirada actualizada sobre la juventud que cada vez amplía en sus rangos, ¿Cuándo termina la juventud? ¿Quién determina el fin de la misma?, La juventud percibe y asume las relaciones sociales a través de la sensibilidad, el joven que no habla con el adulto pero que dice mucho a través de sus maneras, ropa, música, cine, entretenimiento y gustos que los ayudan a formar grupos atravesados por la misma sensibilidad que responde a la sociabilidad. (Martín Barbero, 2008). Es importante no perder el contexto, la actualidad, la actualización y puntualmente a lo que hace a la vida del joven en Tierra del Fuego distinta a la que lleva probablemente un joven de una gran capital de ciudad como puede ser la gran ciudad de Buenos Aires. La conformación de la Universidad pública (UNTDF) en el territorio, específicamente en las dos principales ciudades de la provincia, en Río Grande y Ushuaia, influyó en los movimientos migratorios que se desarrollaban, donde miles de jóvenes se radicaban en las grandes capitales del país para poder estudiar una carrera universitaria. Esta nueva generación de jóvenes universitarios en el territorio se constituye y crea múltiples procesos en el espacio, como así lo fuera el despliegue de sus nuevas identidades en diálogo con las ya existentes y con el relato de los discursos que dan cuenta del pasado.

Los conflictos y luchas internas que trae acarreada consigo la condición de jóven, probablemente sean muy similares en jóvenes tanto de la Argentina como de otro país, nos estamos enfocando particularmente en las ofertas y demandas de consumos culturales, que se nos achican al ver las carteleras o cantidad de actividades extra curriculares que hacen a tanto a la formación, como al poder de elección y conformación de diferentes grupos de jóvenes con elecciones similares.

La televisión, la publicidad, la moda, la música y los espectáculos son lo que resulta ser para la mayoría la fuente de información más adecuada para saber quién es quién (Martín Barbero, 2008). Por lo tanto, es interesante pensar todo esto atravesado por una territorialidad que no necesariamente es física, la posibilidad que existe hoy de que todos estos contenidos viajen a través de internet y se encuentren dentro del mundo digital abre un abanico de variables cuando pensamos en qué contenido le llega a un joven, que contenido no le llega y como le llega. ¿Qué sucede con aquellos que no les llega contenido? ¿Qué pasa con las redes sociales? El no estar presente en una red social, por ejemplo, es equivalente a no existir, según los propios jóvenes en los estudios de Roxana Murdochowicz (2008, 2010) donde se evidencia que ellos mismos van habitando los espacios y haciéndolos propios, esta conectividad lo que hizo fue darles autonomía mucho antes de lo que es la propia independencia desde una edad temprana. En este sentido, la categoría de juventud o juventudes se ha ido transformando sensiblemente durante las últimas décadas, por tanto uno de los esfuerzos centrales en el trabajo de campo y análisis se orientará en la caracterización de los diferentes sentidos y prácticas vinculados a las juventudes fueguinas que estudian en la UNTDF.

En la actualidad, las juventudes fueguinas que circulan por la Universidad pública se ven atravesadas por la tensión entre, por un lado, el aprendizaje autónomo de acuerdo a ciertos supuestos académicos de la modernidad -que se involucra con la excelencia, la originalidad, la rigurosidad y la racionalidad del conocimiento que se construye- y, por otro lado, las culturas del conocimiento basadas en la inteligencia colectivas, que se materializan en las dinámicas más cooperativas en los lugares de trabajo, en la descentralización de los procesos políticos y en las prácticas cotidianas reconfiguradas a partir del desarrollo de las nuevas tecnologías (Jenkins, 2006). De esta forma, la conformación de las identidades juveniles fueguinas, en especial las que estudian en la UNTDF, se ven influenciadas por los múltiples procesos que interactúan y se retroalimentan entre sí para devenir en las transformaciones sociales en el territorio, en las relaciones sociales y en los consumos.

**Reflexiones finales**

Al tratarse de un trabajo en proceso (o working progress) la tarea de recortar, resituar, resignificar, establecer matices, correspondencias, lecturas transversales, complementariedades, persistencias, etc, en el marco teórico y sistematizar categorías centrales para el análisis y trabajo de campo sobre el consumo cultural de ficción y sus mediaciones tecnológicas en los jóvenes, específicamente de quienes estudian en la Universidad Nacional de Tierra del Fuego, nos encontramos en una instancia de movilización, reapropiación pero también de mucha incertidumbre. En tal sentido nos propusimos el reordenamiento de jerarquías y recortes en tres categorías que nos posibilitó identificar con mayor complejidad y articulación diferentes campos de indagación a partir de los tópicos de consumos, mediaciones tecnológicas y juventudes. Continuaremos profundizando en la construcción de este marco teórico problematizando, articulando y resignificando potentes textos que aun no han sido abordados en profundidad. Particularmente nos interesa tensionar el posicionamiento de Jekins no como un intelectual fanático (condición de producción enriquecedora para comprender los consumos) , sino a partir de ciertos procesos, saltos, condensaciones teóricas problemáticas para abodar la emergencia de consumos actuales, especialemte en lo que define como comunicación masiva y cultura popular. Por su parte Turkle (2017) nos posibilitará realizar mejores reflexiones sobre la interacción del ser humano y la tecnología abriendo nuevos momentos de discusión y resignificación de estos recorridos. Por otra parte se incluirá un nuevo l tópico de ficción, ya que aún no ha sido conceptualizado y problematizado para ponerlo posteriormente en diálogo con los otros ejes.

Se trata de producir conocimiento territorial en el marco de una universidad joven, lejana de los grandes polos de producción y con muy pocos o casi inexistentes antecedentes en investigación empírica en este campo. Así, y entendiendo que no se puede comprender el consumo si no se encuentra en articulación con sus condiciones de producción, una de las primeras reflexiones que emerge es la necesidad de pensar la complejidad de los territorios en términos más federales para el desarrollo de la producción audiovisual en el país, con una fuerte mirada crítica al proceso histórico de construcción sostenido sobre la base de desarrollo espacial de centro-periferia que produce dinámicas complejas como en Tierra del Fuego donde el entramado mediático se caracteriza por un estado de precarización y lógica de subsistencia. Estas dinámicas que condicionan el consumo, son parte del proceso complejo y articulado del consumo. No se puede comprender el consumo desconociendo sus instancias de producción. En este contexto la pantalla parece continuar con un papel central en la cultura del hogar y en el sistema de tecnologías domésticas. Esto evidencia la necesidad de insistir en tomar como punto de partida la posición cultural y tecnológica de la pantalla para un análisis de las estructuras y de los procesos de la mediación de la vida cotidiana. De esta manera, indagar en la pregunta acerca de las prácticas sociales haciendo visible que las mediaciones tecnológicas son lugares estratégicos de disputa de sentido para la construcción de identidades en el marco de la promoción de derechos de sociedades más justas y democráticas, nos sitúa ante la necesidad de continuar elaborando, recortando, discutiendo, resituando un marco teórico que no podrá ser exhaustivo dada la extensión del presente artículo pero sí delineamos el marco, sus bordes, zonas problemáticas, tensiones epocales, para continuar en este work in progress de lecturas y revisión de categorías que nos permita abordar la problemática y compleja relación de los jóvenes y los consumos de ficción en el marco de las profundas transformaciones tecnológicas.

En síntesis, se trata de comprender los consumos de ficción de los estudiantes de la UNTDF atendiendo al complejo contexto territorial, atravesado por lógicas específicas y categorías de análisis, en este caso las mediaciones tecnológicas, que al re-pensarse posibilitan la emergencia de preguntas a partir de cierto ejercicio dialéctico pero también transversal que requiere la tensión de la práctica de investigación en el campo comunicacional que continuarán en resignificación durante todas fases de la investigación.

**BIBLIOGRAFÍA**

Ader, N. Car, V. y Hermida, M. (2014). *Entre medio y medio hasta el Garibaldi llego*.*Sociedad Fueguina* Número 04, Año 2, 4-11. Ushuaia, Argentina: ICSE. Recuperado de <http://www.untdf.edu.ar/uploads/archivos/04_Sociedad_Fueguina_Nro_4.pdf>

Car, V. (2017) Comunicación y políticas públicas: Tierra del Fuego, escenario de transformaciones pendulares. Ed. AEIC, Salamanca. España, recuperado en http://aeic.org/final/Libro%20de%20Comunicaciones%20del%20VI%20congreso%20AE-IC.pdf, pgs 389- 403.

Follari, R. (2004) Relevo en las ciencias sociales latinoamericanas: Estudios culturales transdisciplinariedad y multidisciplinariedad, Diálogos de la comunicación, ed. 91, Revista digital de Felafacs en http://dialogosfelafacs.net/edicion-en-preparacion/

Fuentes Navarro, R. (1999) La investigación en comunicación en América Latina: condiciones y perspectivas para el siglo XXI. Revista Diálogos de la comunicación Número 56. 1999. PP 52- 67.

Jekins, H. (2006) Fans, blogueros y videojuegos. La cultura de la colaboración. Paidós, Barcelona.

Jekins, H. (2006) La cultura de la convergencia de los medios de comunicación. Paidós, Barcelona.

Hall, S. (1973) *Encoding/Decoding.* En *Culture, Media, Languaje.* Working Papers in*Cultural Studies, 1972-79*, Londres, Gran Bretaña: Hutchinson, pgs.128-138.

Mato, D.(2002) Estudios y otras prácticas intelectuales latinoamericanas en cultura y poder. En : Daniel Mato (coord.): *Estudios y Otras Prácticas Intelectuales Latinoamericanas en Cultura y Poder*. Caracas: Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales (CLACSO) y CEAP, FACES, Universidad Central de Venezuela. pp: 21-46

Martín Barbero, J. (1996): *Comunicación: el descentramiento de la modernidad*. Analisi, Univesidad del Valle,Cali, Colombia.

Marín Barbero (2002) Oficio de cartógrafo: travesías latinoamericanas de la comunicación en la cultura. Fondo de Cultura Económica. Bs. As.

Mata, M. (2012) En el medio de los medios. Desafíos para los profesionales de la comunicación, Fadeccos.

Mata, M. (1997) Públicos y Consumos culturales en Córdoba. Centro de Estudios Avanzados. UNC. Córdoba, Argentina.

McLuhan, M. (1996) *Comprender los medios de comunicación Las extensiones del ser humano*. Barcelona, Ed. Paidós. España.

Morduchowicz, R. (2008) Los jóvenes y las pantallas. Ed. Gedisa. Bs. As.

Murolo, N. (2012). *Nuevas pantallas: un desarrollo conceptual. En Razón y palabra.*Primera revista digital en Iberoamérica especializada en comunicación. Telos. Cdad. de México, México.

Ortíz R. (1996) *Otro Territorio. Ensayos sobre el mundo contemporáneo*. Buenos Aires, Argentina: Universidad Nacional de Quilmes.

Ortíz, R. (2004*). Mundialización y Cultura*. Colección Agenda Iberoamericana. Andrés Bello, Bogotá, Colombia.

Restrepo, E. (2012), Apuntes sobre los estudios culturales. Antropología y estudios culturales: disputas y confluencias desde la periferia. México.

Silverstone, R. (2014) De la sociología de la televisión a la sociología de la pantalla. Bases para una reflexión global. Rev. TELOS, Num. 22. España.

Silverstone, R. (1994). *Televisión y vida cotidiana*.Amorrotu editores S.A. Buenos Aires, Argentina.

Sunkel, G (2006) *El consumo cultural en América Latina*.2da Edición. Convenio Andrés Bello. Bogotá, Colombia.

Thompson, J. (1998) *Los media y la modernidad.Una teoría de los medios de comunicación*.Paidós Buenos Aires, Argentina.

Thompson J, P (2004) Ideología y cultura moderna. Teoría Crítica social en la era de la comunicación de masas. Universidad Autónoma Metropolitana, México.

Williams, R. (1992) *Historia de la Comunicación*. Vol 2.Bosch. Madrid, España.

|  |
| --- |
|  |

1. El equipo de investigación está integrado por un equipo interdisciplinario del campo audiovisual, comunicación y sociología de docentes investigadoras Valeria Car, Natalia Ader, Cinthia Naranjo, Ayelén Martínez y la estudiante avanzada de la licenciatura de medios audiovisuales, Ayelén Salas. [↑](#footnote-ref-1)
2. Siguiendo la definición que toma la Defensoría del Público de García Leiva (2017) y de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia de España, “los servicios OTT pueden definirse como servicios de todo tipo que se ofertan sobre Internet, sin mediar control alguno ni gestión específica por parte de los operadores de red. Algunos ejemplos son: los juegos online, la distribución de todo tipo de contenidos audiovisuales y de comunicación, los servicios de localización, de intercambio de archivos e información entre personas y/o empresas, de almacenamiento de información y, por último, todo tipo de aplicaciones y de software que se distribuyen por Internet. Se contraponen a los servicios IP que prestan y gestionan los operadores usando canales distintos, y, normalmente, con una calidad garantizada. Así, y solo a modo de ejemplo, servicios audiovisuales OTT, como Netflix o YouTube, se difunden a través de la Internet pública abierta, mientras que los servicios de televisión IP, como la oferta de televisión online de un operador de cable o de satélite, se distribuye al cliente final a través de infraestructura gestionada por un operador. En cualquier caso, debe subrayarse que no existe un acuerdo unánime sobre la definición y el alcance de los servicios OTT”. [↑](#footnote-ref-2)
3. El ciclo del consumo se puede observar en la **apropiación** como una dimensión que explica aquel proceso que se pone en juego en el momento de seleccionar, elegir los medios o productos audiovisuales. Según Silverstone un objeto – sea tecnología o mensaje - es objeto de apropiación desde el momento en que se lo compra, desde el momento en que abandona el mundo de las mercancías y pasa a las manos de un individuo, es decir, pasa a ser propiedad de alguien y en virtud de su apropiación logran la significación. Es interesante cómo esta dimensión es parte del comienzo de un ciclo donde se da el retiro del objeto del espacio público al espacio privado. Esta dimensión da paso a la **objetivación** donde seevidencian las valoraciones y los principios clasificadores que ejercen y que tienen origen en las percepciones. La objetivación se expresa en el uso de los objetos y bienes, por ejemplo: las disposiciones físicas de los objetos dentro de los ambientes, en el modo en cómo y con quién se consumen o en la importancia en tiempo que se le dedica a ese consumo. Por último la **conversión** alude a los mecanismos por los cuales los medios empleados y los significados producidos en recepción son puestos en juego en el espacio público. Esta última dimensión nos permite cerrar el círculo y el conocimiento de las operaciones con que los usuarios seleccionan y combinan los productos y los mensajes. Al relacionar cada una de estas dimensiones entre sí, puede comprenderse de qué modo a través del consumo expresamos no sólo una parte importante de nuestra identidad sino que también trazamos los límites entre los espacios y los tiempos públicos y privados. [↑](#footnote-ref-3)