

Re-pensando el andamiaje teórico de los consumos culturales y las mediaciones tecnológicas en el fin del mundo

Valeria Car

UNIVERSIDAD NACIONAL DE TIERRA DEL FUEGO

Natalia Ader

UNIVERSIDAD NACIONAL DE TIERRA DEL FUEGO

Resumen

Este artículo se enmarca en un proyecto de investigación PIDUNTDF (2019-2021) denominado “Consumos culturales: transformaciones tecnológicas y sentidos en disputa de los jóvenes de la UNTDF”. El objetivo del trabajo es, como primer avance, sistematizar una reflexión teórica, que parte desde la perspectiva de los Estudios Culturales (Hall, 1990, Silverstone, 1994; Williams, 1974; Thompson, 1993; Morley, 1996, entre otros) para revisar algunas de sus categorías centrales a la luz de las profundas transformaciones tecnológicas actuales. La revisión de un enfoque tripartito organizado en tres ejes teórico conceptuales (consumos, mediaciones tecnológicas y juventudes) con mayor estructuración en los saberes teóricos re-pensados a partir de la caracterización del territorio, nos permitirá un mejor abordaje al identificar dimensiones de análisis, tensiones emergentes, problemas concretos y zonas de indagación significativas que surgen a partir de los debates actuales en relación a las mediaciones tecnológicas en el campo de la comunicación social.

Palabras clave: consumos, juventudes, mediaciones, comunicación, territorios.

1. Introducción

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, 1973; Silverstone, 1990, 2006).

En ese mismo sentido, tampoco puede analizarse fuera de contexto por lo que comenzaremos contextualizando el territorio en el que está inmerso este trabajo.

La provincia de Tierra del Fuego se caracteriza según diversas investigaciones como un territorio de amplia movilidad poblacional. Esta situación produce la heterogeneidad social. Más de la mitad de los residentes actuales provienen de diferentes puntos de Argentina y en particular de zonas urbanas, países limítrofes e incluso otras regiones del mundo atraídos, la mayoría de las veces, por las oportunidades laborales o de calidad de vida. Con la idea de heterogeneidad, se hace referencia a que la población fueguina se encuentra constituida por los “antiguos pobladores”, “los establecidos” y los “recién llegados”. Además, no es posible desde nuestra perspectiva, comprender los consumos mediáticos de los habitantes de la provincia si no conocemos también cómo son los medios audiovisuales en el territorio.

A partir de un estudio del entramado mediático local (Ader y Car, 2014) se puso en evidencia que el sistema de medios de Tierra del Fuego se encuentra en un estado de precarización enmarcado históricamente en un desarrollo espacial de centro-periferia que produce dinámicas complejas (Car, 2019) 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 y Hermida, 2014).

Para continuar con este análisis partiremos de algunos interrogantes que nos ayudarán a poner en discusión/tensión ciertos conceptos/teorías/pensamientos desde una perspectiva espacio-temporal discutir y re-construir el marco teórico conceptual con motivo de 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. En este sentido nos preguntamos:

¿Cómo pensamos el ciclo del consumo que propuso Silverstone para comprender hoy la relación de los jóvenes 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? o ¿Cómo aproximarnos a la noción de juventud sin reducir su densidad problemática y teórica?

Los resultados de esta discusión nos permitirán abordar nuestro trabajo de campo con mejores herramientas teórico conceptuales al tiempo que se propone como un insumo para la reflexión sobre la necesidad de transformación de las industrias culturales en el ámbito territorial.

2. Presentación

2.1 La reflexión teórica entre las transformaciones y las persistencias

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). Muchas veces los marcos teóricos aparecen en tensión, otras en necesaria complementariedad. Los cruces, los diálogos, 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 lugares de partida indispensables para pensar el sujeto moderno y los procesos comunicacionales.

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 en Tierra del Fuego. Para esto se establecieron tres ejes que posibiliten la organización del material bibliográfico: consumos, mediaciones tecnológicas y juventudes. Sin embargo, una de las tensiones que se hace visible en el proceso de construcción del marco teórico y en las discusiones del equipo de trabajo circula 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.

2.2 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 mirar, hablar o leer sobre televisión es el resultado de una atención enfocada y desenfocada tanto consciente e inconsciente. La televisión nos acompaña cuando nos levantamos, desayunamos, nos ayuda a dormir, nos reconforta cuando estamos solos y puede ser motivo de conflictos y disputas de poder al interior del hogar. 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. En primer lugar el relato de Anthony Giddens cuando 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. En tal aspecto 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. Por último centra su atención en trabajos que referencian la “rutinización” de la vida social, específicamente en relación con la tradición, el rito y el mito que el autor asocia a cierta forma de domesticidad. La domesticidad es en sí misma problemática, cambiante y fragmentadora. Es producto de una relación histórica que cambia de continuo y se define entre los espacios público y privado. Es una realidad fenomenológica, sociocultural y económica.

En este punto es sustancial recuperar y actualizar algunas de las discusiones y críticas acerca de la perspectiva de domesticación. Es evidente que una de las dimensiones que más se ha transformado en el contexto actual de convergencia es la dinámica entre lo público y lo privado. Las mediaciones tecnológicas han producido transformaciones evidentes en el consumo, uno de los aspectos que sin duda cambió es tan visible como el desplazamiento de la imagen de la familia en el living comedor en el ámbito doméstico mirando la televisión de hace algunas décadas, a la reclusión más privada e individual de sus integrantes con dispositivos propios en el interior del hogar (Murdochowicz, 2008) o el consumo frecuente y fluido en lo que (Augé, 2012) refiere como “no lugares” de cualquier espacio público. Se trata entonces, de repensar e incluir la movilidad de las tecnologías en su uso.

Otro cuestionamiento que implica las transformaciones referidas es el proceso del ciclo del consumo como instancias lineales, secuenciales y consecutivas, Ling (2001), (Katz, Sugiyama, 2006). Según estos autores en la vida cotidiana, no siempre sucede de esta manera y pueden realizarse en diferente orden o simultáneo, incluso algunas instancias del proceso, no realizarse.

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, p. 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, 2012) para abordar estos procesos complejos de la televisión, sus continuidades, transformaciones, extensiones o reconversiones así como la emergencia de nuevas prácticas. 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 este punto también es necesario destacar que los usos de la televisión no parecen estar desapareciendo, su consumo parece que continúa 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. Entonces se trata de diferentes temporalidades simultáneas en el presente que no necesariamente se transforman con nuevas tecnologías (donde aparecen prácticas como el matoneo, cosplay, spoileo, etc) sino que conviven con consumos que se conectan con las prácticas tradicionales que persisten en el tiempo con algunas especificidades diferentes. En esta misma línea, el propio Silverstone se referirá a la necesidad de pensar los procesos de transformación desde una sociología de la pantalla o una sociología de la mediación cuando expresa la necesidad de un mejor entendimiento del consumo de los significados/propósitos de la televisión (y de los demás medios) que no puede ser divorciado de un entendimiento de la dinámica del consumo como una globalidad dentro de la sociedad moderna (Silverstone, 1990, 2006).

Otra crítica a tener presente para re-pensar la vigencia de la propuesta de Silverstone es la de Bakardjieva (2006) que también señala por su parte que las condiciones que sustentaban algunos de los supuestos originales de este modelo han cambiado tan radicalmente que demandan ciertas adaptaciones del mismo. Para que la perspectiva de domesticación siga siendo explicativa en este nuevo contexto, propone sustituir el concepto de “hogar” por el de “casa” y el de “consumo” por el de “vida diaria”.

De esta manera llegamos a una definición central acerca del consumo que permite pensar en su vigencia. El consumo de televisión continúa siendo -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, en este caso transformado por la movilidad y la propiedad individual para su uso. Sigue siendo un proceso que supone actividad y también pasividad, competencia e incompetencia, impericia e ignorancia. El gusto aparece vinculado al consumo desde una perspectiva bourdiana, y es necesario conocer las rutinas transformadas de la vida cotidiana para comprenderlos. Es que el consumo como actividad simbólica sigue proporcionando 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 y Bourdieu en relación al modo complejo de pensar estructuras y acción, Silverstone propuso el estudio de la dinámica del consumo. Seguramente habrá que considerar que su ciclo, es una práctica cíclica integrada por múltiples dimensiones que pueden o no atravesarse, que pueden ser simultáneas y que no necesariamente serán lineales.

En este sentido, si bien Silverstone amplió a seis momentos o categorías para abordar el ciclo del consumo (las dos primeras constituidas por una especie de premisa, o intento de pre-determinación del consumo por parte de la producción; mientras que las restantes constituyen una especie de proceso de integración del producto dentro de la vida cotidiana del consumidor) tomamos tres para la presente investigación: la apropiación, la objetivación y la conversión¹; categorías que nos ayudarán a reconocer los consumos que realizan los estudiantes en la vida diaria dentro y fuera de sus casas y acercarnos a comprender cómo es en la actualidad el funcionamiento del sistema de interpelación a partir del cual los consumidores, las audiencias, producen significados².

2.3 Entre mediaciones tecnológicas y la vigilancia epistemológica de sus determinismos

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. Según Thompson, las industrias mediáticas son 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. Estos productos circulan y se consumen en 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). Esta conceptualización si bien tiene más de dos décadas parece absolutamente potente para definir el entramado mediático actual. Otra delimitación central para abordar este eje es el concepto de 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

¹ Consideramos tanto la Mercantilización (la producción de mercancías y de su valor económico y simbólico) como la Imaginación (promoción comercial a través de la puesta en escena de significados sociales y la construcción del deseo) son momentos del ciclo que se han visto profundamente trastocados por las mediaciones tecnológicas.

² 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 se evidencian 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.

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 estrategias comerciales sino también a exigencias que vienen de los modos culturales y de las tramas a la vez (1987:52), es necesario abordar y profundizar fuertemente en ese lugar de producción de sentido: las mediaciones tecnológicas. En términos de su expansión, proliferación y uso en las sociedades contemporáneas, debemos pensarlas como un lugar estratégico para comprender los consumos actuales. 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 Mattelart (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. 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* en esta misma aproximación 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 domesticación³ 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

³ Aquí también se alzan algunas críticas al modelo de Silverstone, especialmente la noción de “domesticación” metáfora cuyos sentidos se asocian a los animales salvajes en el interior de los hogares. Esta palabra parece altamente problemática para comprender algunas de las transformaciones en la dinámica del consumo, especialmente como práctica multisituada.

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, si bien puede ser cuestionable la genealogía de las referencias a las “domesticación” 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, observamos 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 y de instantaneidad en las prácticas sociales.

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 parecieran 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 y Scolari, 2009), aunque como se hizo referencia en el apartado anterior las datos (al menos en Argentina) no corroboren eso. Además, está claro que las mediaciones en la actualidad son hipertecnológicas y desterritorializados, sin embargo se producen necesariamente en un territorio (es decir tiene que haber un proceso de re-territorialización, situado en algún lado concreto), en este caso en un territorio signado por una profusa migración circular, con un entramado mediático en estado de precarización pero también con el mayor índice de conectividad de la Argentina con un 83,9% en relación a 31,2% del total país (INDEC, 2015)⁴. Esta particularidad del territorio nos desafía a indagar en la emergencia de las plataformas en streaming, el sistema on demand y las lógicas en que la big data opera en la relación entre lo que se busca y lo que se encuentra en esos consumos (Magnani, 2019). 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

⁴ (INDEC) http://www.indec.gov.ar/ftp/cua-dros/economia/sh_comunicac2.xls

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. Aquí aparece una zona muy opaca (que pone de relieve la necesidad de estudiar el consumo como el momento más importante del proceso no lineal de la comunicación pero que necesariamente se vincula con las lógicas de producción) para la indagación puesto que los mecanismos y estrategias de individuación cada vez más aceitados, la forma casi inaccesible para comprender las complejidades de funcionamiento de los algoritmos y el avance de la inteligencia artificial en el sentido más amplio actualiza discusiones y debates acerca del poder de los medios y sus posibles determinaciones (O'Neil, 2016) en el consumo.

Retomando el concepto de mediación de Martín Barbero, un lugar válido de reflexión para repensar 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) y teniendo en cuenta que este autor plantea una doble mediación de la televisión de esa época en tanto simulación del contacto y retórica del directo: ¿es posible establecer continuidades y rupturas de la televisión a las OTT? Según Varela (2010), no se trata de dejar de lado las categorías históricamente relevantes, por el contrario se trata de poder reconocer a la luz de las transformaciones de época las continuidades y rupturas que presentan para comprender esas nuevas especificidades de los consumos⁵.

2.4 Pensar las juventudes como categoría: los jóvenes y los modos de habitar el mundo

Como último eje teórico se encuentran las juventudes en plural. La vida de los jóvenes y los comportamientos van cambiando conforme a lo que los mercados van delimitando. Pensarla como un estadio y no como una delimitación a rajatabla también tiene que ver con una mirada actualizada sobre la juventud que cada vez amplía más sus rangos. ¿Cuándo termina la juventud? ¿Quién determina el fin de la misma? Según Margullis y Urresti (1996) la juventud o más bien las juventudes no son una condición natural de la vida sino construcciones históricas. Homogeneizar los distintos juveniles sobre la base de una pertenencia generacional suele ser una falacia analítica habitual:

a pesar de las fronteras trazadas por las estructuras sociales y por los mismos agentes, se suele homogeneizar el universo de los jóvenes suponiendo que las distancias entre ellos son menos profundas de lo que es común por pertenecer a una misma generación. Plantear falacias como estas implicaría hacerse preguntas tales como ¿de cuántos tipos de jóvenes se está hablando y/o cuáles son las características comunes de su juventud para hacer que puedan ser nombrados como parte de

⁵ Él mira televisión, YouTube (Varela, 2010) permite comprender la naturaleza de la tarea que se pretende realizar desde el recorte bibliográfico en el presente artículo.

un mismo colectivo? ¿cuál es el dato “objetivo” relacionado explícitamente con la juventud que se constituye en un variable que condiciona conductas, valoraciones y posicionamientos sociales? (Elbaun, 1996, p. 159).

En el contexto de aceleración tecnológica y sus mediaciones uno de los lugares fuertes para reflexionar acerca de los frágiles modos de construcción de identidades “juega un papel fundamental los sistemas de modas y su impacto en las redes de sentido instituidas en los contenidos y los límites del mundo juvenil”. De esta manera los consumos de ficción de los jóvenes construyen identidades juveniles. Como características estables la fragilidad, inestabilidad e incertidumbre parecen constituirse como aspectos a considerar en la construcción de estas identidades donde la vestimenta, los adornos, los peinados se organizan por la diferencia (de clase, estilo, sexo, edad, género, entre otros). En esta relación entre culturas juveniles y modas juega un papel importante el elemento de la temporalidad: lo antiguo y lo nuevo, lo clásico y las vanguardias, lo viejo, lo joven (cf. Bourdieu, 1991:4)

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). Según los estudios sobre consumos culturales y juventudes de Murdochowicz (2008) 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. Ser joven hoy implica utilizar diversas herramientas técnicas para la interacción cotidiana. Esa interacción tecnológicamente mediada permite vivir las relaciones espaciales de manera más flexible. En este sentido, puede decirse que los artefactos tecnológicos instauran “mundos de la vida” (Tully, Alfaraz, 2015).

Así 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 atravesados por los modos en que impactan las particularidades referidas sobre el territorio.

3. Reflexiones finales

Al tratarse de un trabajo en proceso (o *working progress*) la tarea de recortar, resituar, establecer matices, 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. Queda claro también que la investigación sobre los consumos de ficción es una necesidad constitutiva del proceso de producción audiovisual porque su objeto como práctica social se define, reconfigura, amplía constantemente. 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. Cuando hablamos de consumos televisivos y nuevas pantallas nos introducimos en categorías que deben ser permanentemente redimensionada, complejizadas, contextualizadas y en ese sentido re-definidas. Aquí deben ser consideradas las principales críticas al modelo de domesticación para tomar los momentos del ciclo del consumo que pueden ser más potentes en el contexto actual hiper mediatizado, teniendo en cuenta que los consumos de ficción también contienen lógicas y usos que persisten construyendo temporalidades yuxtapuestas y no solo signadas por las novedades tecnológicas.

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. Estas dinámicas condicionan el consumo, son parte del proceso complejo y articulado. En este contexto la pantalla parece continuar con un papel central en la cultura de las casas y en el sistema de tecnologías domésticas de manera discontinua, individualizada, móvil y fragmentada, con fronteras muy diluidas del espacio público y el privado. 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, re-pensar el marco teórico y las categorías de análisis es una práctica sin clausura, un 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.

Referencias bibliográficas

ADER, N., CAR, V. y otro. (2014). *Entre medio y medio hasta el Garibaldi ligo. Sociedad Fueguina* Número 04, Año 2, 4-11. Ushuaia, Argentina: ICSE. [http://www.untdf.edu.ar/uploads/archivos/04_Sociedad_Fueguina_Nro_4.pdf. Fecha de consulta: 15 de junio de 2020].

- AUGÉ, M. (2012). *Futuro*. Buenos Aires: Ed. Adriana Hidalgo
- BAKARDJIEVA, M. (2006) *Domestication Running Wild. From the Moral Economy of the Household to the Mores of Culture*, in Berker, T, Hartmann, M., Punie, Y and Ward, K. (eds) *Domestication of Media and Technologies*, Open University Press, Maidenhead: 62-79.
- CARLON, M. y SCOLARI, C. (2009). *El fin de los medios masivos*. Buenos Aires: La Crujía.
- ELBAUN, J. (1996). *Pensar las culturas juveniles*. Ed. Ministerio de Ciencia y Tecnología. [<http://www.bnm.me.gov.ar/giga1/documentos/EL000781.pdf> Fecha de consulta: 12 de noviembre de 2020].
- FORD, A. (1990). *Navegaciones*. Buenos Aires: Ed. Paidós.
- HALL, S. (1973). "Encoding/Decoding". En *Culture, Media, Lenguaje*. Working Papers in Cultural Studies, Hutchinson .Londres, 1972-79: 128-138.
- HERMIDA, M., MALIZIA, M. y otros (2014). *Migración e identidad en Tierra del Fuego*. Identidad, Sociedad Fuegoína 02, AÑO 2. ICSE, [<https://iidentidadess.files.wordpress.com/2015/07/03-identidades-10-6-2016-hermida-malizia-vanaert.pdf> . Fecha de consulta: 10 de mayo de 2020].
- KATZ, J. y SUGIYAMA, S. (2006). *Mobile phone as fashion statement: evidence for students surveys in the U. S. and Japan*. *New media and society*, .Transaction Publishers, London. 8:321-337
- LING, R. (2001). *The diffusion of the mobile telephony among norwegian teens. A report after the revolution*. París, Francia: ICUST. Recuperado el 20 de junio de 2008 de [http://www.richardling.com/papers/2001_Report_from_after_the_revolution.pdf. Fecha de consulta: 25 de septiembre de 2020].
- MAGNANI, E. (2019). *La jaula del confort. Big data, sociedad y neurociencia. Quién toma tus decisiones*. Buenos Aires: Ed. Autoría.
- MARTÍN BARBERO, J. (2015). *Hacia el habla ampliada, La comunicación en mutación*, Amado, Rincón comp. pgs 13-19. Bogotá: Fes comunicación.
- MARTÍN BARBERO, J. (2002). *Oficio de cartógrafo: travesías latinoamericanas de la comunicación en la cultura*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- MARTÍN BARBERO, J. (1996). *Comunicación: el descentramiento de la modernidad*. Análisi, Univesidad del Valle, Cali.
- MARTÍN BARBERO, J. (1987). *De los medios a las mediaciones*. México: Gustavo Gili.
- MCLUHAN, M. (1996). *Comprender los medios de comunicación. Las extensiones del ser humano*. Barcelona: Ed. Paidós.
- MARGULIS, M. y URRESTI, M. (1996). "La juventud es más que una palabra", en Mario Margulis (comp.) *La juventud es más que una palabra*. Buenos Aires: Biblios.
- MATA, M. (2000). "De la cultura masiva a la cultura mediática", en Diálogos de la Comunicación No 56. FELAFACS, Lima.
- MATA, M. (1994). *Nociones para pensar la comunicación y la cultura masiva*. Buenos Aires: Ed. La Crujía.

- MORLEY, D. (1996). *Televisión, audiencias y estudios culturales*. Buenos Aires: Amorrortu.
- MURDOCHOWICZ, R. (2008). *Los jóvenes y las pantallas*. Buenos Aires: Ed. Gedisa.
- MATTELARD, A. (2007). *Historia de la información*. Barcelona: Ed. Paidós.
- MUROLO, N. (2012). “Nuevas pantallas: un desarrollo conceptual”, en *Razón y palabra*. Primera revista digital en Iberoamérica especializada en comunicación. Telos. Cdad. de México.
- O’NEIL, C. (2016). *Armas de destrucción matemática. Cómo el big data aumenta la desigualdad y amenaza la democracia*. Barcelona: Ed. Orli.
- ORTÍZ, R. (1996). *Otro Territorio. Ensayos sobre el mundo contemporáneo*. Buenos Aires: Universidad Nacional de Quilmes.
- ORTÍZ, R. (2004). *Mundialización y Cultura*. Colección Agenda Iberoamericana. Bogotá: Andrés Bello.
- REGUILLO, R. (2004). *Los estudios culturales. El mapa incómodo del relato inconcluso*. Barcelona: Ed. Incom.
- SILVERSTONE, R. (1994). *Televisión y vida cotidiana*. Buenos Aires: Amorrortu editores.
- SILVERSTONE, R. (1990). “De la sociología de la televisión a la sociología de la pantalla: bases para una reflexión global”. Telos. Cuadernos de comunicación, tecnología y sociedad, Nro. 22. Recuperado en: [http://www.infoamerica.org/documentos_pdf/silverstone03.pdf Fecha de consulta: 20 de julio de 2020].
- SILVERSTONE, R. (2006). “Domesticating domestication. Reflections on the life of a concept”, en Berker, T.; Hartmann, M.; Punie, Y. y Ward, K. J. (eds.), *Domestication of media and technology*, Open University Press, Maidenhead : 229-248.
- SUNKEL, Guillermo (2006). *El consumo cultural en América Latina*. Bogotá, Colombia: 2da Edición. Convenio Andrés Bello.
- THOMPSON, J. (2004). *Ideología y cultura moderna. Teoría Crítica social en la era de la comunicación de masas*. México: Universidad Autónoma Metropolitana.
- THOMPSON, J. (1998). *Los media y la modernidad. Una teoría de los medios de comunicación*. Buenos Aires: Paidós.
- TULLY, C. y ALFARAZ, C. (2015). “Jóvenes, espacio y tecnología. La configuración de las relaciones sociales en la vida cotidiana”, en *Propuesta Educativa*, nov.2012, año 21: 59-68.
- VARELA, M. (2012). *Miraba televisión, youtube*, en *El fin de los medios masivos*. CARLON y SCOLARI (comp). Buenos Aires: La Crujía.
- WILLIAMS, R. (1992). *Historia de la Comunicación*. Vol 2. Bosch. Madrid.

Datos de los autores:

Valeria Car. Licenciada en ciencias de la comunicación (UBA) y especialista en comunicación digital audiovisual (UNQ). Actualmente es profesora investigadora adjunta regular en la Universidad Nacional de Tierra del Fuego desde el año 2013. Es docente responsable de varias materias en la licenciatura de medios audiovisuales de la misma universidad y ha participado en diversos proyectos de investigación y extensión. También en el dictado de cursos de grado y posgrado en el campo y en proyectos interdisciplinarios. En el presente dirige un proyecto de investigación sobre consumos culturales y mediaciones tecnológicas de los jóvenes de Ushuaia. Correo electrónico: vcar@untdf.edu.ar

Natalia Ader. Diseñadora de Imagen y Sonido (UBA) y especialista en Comunicación Digital Audiovisual (UNQ). Se desempeña en docencia, como responsable de tres materias de producción audiovisual en la Licenciatura de Medios Audiovisuales de la UNTDF 2015. En investigación, ha participado en proyectos de investigación interdisciplinarios con temáticas territoriales y específicamente, en nuevas narrativas audiovisuales como la Series web y consumos culturales y mediaciones tecnológicas de los jóvenes de Ushuaia. Correo electrónico: nader@untdf.edu.ar