

See discussions, stats, and author profiles for this publication at: <https://www.researchgate.net/publication/322666136>

Nueva cultura audiovisual y ciberculturas juveniles: sociabilidad y apropiación mediática de jóvenes en el ciberespacio.

Article · January 2018

CITATIONS

3

READS

485

4 authors, including:



José Alberto Abril Valdez

Universidad de Sonora (Unison)

5 PUBLICATIONS 12 CITATIONS

[SEE PROFILE](#)



Gustavo Adolfo LEÓN-DUARTE

Universidad de Sonora (Unison)

141 PUBLICATIONS 334 CITATIONS

[SEE PROFILE](#)

Some of the authors of this publication are also working on these related projects:



Institucionalización de la comunicación. Teoría y metodología en la enseñanza e investigación de la comunicación en América Latina. [View project](#)



Nueva cultura audiovisual y prácticas mediáticas online. [View project](#)



VOLUMEN 3 NÚMERO 2

Revista Internacional de la

Imagen

Nueva cultura audiovisual y ciberculturas juveniles

Sociabilidad y apropiación mediática de
jóvenes en el ciberespacio

JOSÉ ALBERTO ABRIL VALDEZ Y GUSTAVO ADOLFO LEÓN DUARTE

REVISTA INTERNACIONAL DE LA IMAGEN

Primera Edición Common Ground Research Networks 2017
University of Illinois Research Park
2001 South First Street, Suite 202
Champaign, IL 61820 USA
Tel.: +1-217-328-0405
www.cgespanol.org

ISSN: 2474-5197 (Versión Impresa)
ISSN: 2386-8554 (Versión Electrónica)

© 2017 (artículos individuales), autor(es)
© 2017 (selección y contenido editorial), Common Ground Research Networks

Todos los derechos reservados. Excepto propósitos de estudio, investigación, crítica o revisión permitidos bajo la legislación de derechos de autor, ninguna parte de este trabajo puede ser reproducida, en ningún formato, sin el consentimiento explícito por escrito del editor. Para otros tipos de permisos y dudas, por favor, escriba a: sosporte@commongroundpublishing.com.

La Revista Internacional de la Imagen
es una publicación académica arbitrada bajo el proceso de revisión por pares.

Nueva cultura audiovisual y ciberculturas juveniles: sociabilidad y apropiación mediática de jóvenes en el ciberespacio

(New Audiovisual Culture and Youth Cybercultures:
Sociability and Media Appropriation of Young People in Cyberspace)

José Alberto Abril Valdez, Universidad de Sonora, México
Gustavo Adolfo León Duarte, Universidad de Sonora, México

Resumen: La presente comunicación es un avance de un proyecto de investigación que, a partir de un marco referencial-metodológico de carácter interdisciplinario y desde una perspectiva cualitativa, busca aproximarse a la cultura de los jóvenes, sus transformaciones actuales y la relación de éstas con las nuevas tecnologías en general y la cultura audiovisual en particular. Se trata de explorar y describir, mediante la etnografía virtual, las intersecciones posibles entre dos fenómenos que surgen en el contexto de la sociedad digital y la cultura de la convergencia tecnológica/mediática: la nueva cultura audiovisual y la cibercultura, particularmente las ciberculturas juveniles. El documento propone sólo algunas reflexiones preliminares en tanto que el proyecto se encuentra en fase de desarrollo. En ese sentido enfatiza la centralidad que ha tomado la imagen en el ciberespacio, especialmente en las prácticas culturales realizadas por los jóvenes y propone el estudio de lo audiovisual, de su consumo y apropiación, como generador de procesos de sociabilidad y expresión identitaria. De esta manera se entiende a los jóvenes como agentes que adoptan el ciberespacio como el ámbito en el cual desarrollan tácticas para generar sus propias alternativas de agregación y en el cual la imagen cobra un valor significativo como mediador de sus interacciones.

Palabras clave: comunidades, medios, comunicación

Abstract: This article is a preliminary result of a research project currently in progress. Its objective is to approach the youth culture, those transformations that are taking place in the present and their relationship with new technologies and with the audiovisual culture specifically. To achieve this goal, a referential-methodological framework of interdisciplinary character and a qualitative approach has been implemented. The proposal is to explore and describe through virtual ethnography the possible intersections between two phenomena that arise in the context of the digital society and the culture of technological/media convergence: the new audiovisual culture and cyberculture, and the juvenile cybercultures particularly. The document proposes only some preliminary reflections since the project is being implemented. The findings emphasize the centrality that image has taken in cyberspace, especially in the cultural practices carried out by young people. Therefore, it proposes the audiovisual as the subject of study, its consumption and appropriation, as generator of sociability processes and identity expression. In this way, young people are understood as agents who adopt cyberspace as the domain in which they develop tactics to generate their own alternatives of aggregation and in which the image gains a significant value as a mediator of their interactions.

Keywords: Communities, Media, Communication

Introducción

A manera de ejercicio reflexivo Néstor García Canclini (2012) nos invita repensar la muy anunciada debacle (económicamente hablando) de las industrias culturales y su posible relación con los hábitos culturales de los jóvenes actuales, la llamada generación digital (o bien la ahora muy recientemente llamada generación *hashtag*): ¿Qué hay detrás –se pregunta el autor- del cierre de las tiendas de discos, de los negocios de renta de películas, de la cada vez menos frecuentación de los jóvenes a las librerías? ¿Significa acaso que ellos, los jóvenes han dejado de leer, ver películas, escuchar música?

Si nos detenemos un poco en estos cuestionamientos, no resulta difícil identificar las preocupación de fondo: el interés en el ámbito de la investigación social ya no debe ser sólo el documentar el estado actual de las industrias culturales sino la de llamar la atención sobre un

nuevo estado de cosas respecto a las formas de acceder a una serie de bienes culturales y, por lo tanto, a las formas emergentes de organización y prácticas, por parte de los jóvenes, que implican el consumo; acceso y organización en las que las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) resultan determinantes.

De acuerdo con Urresti (2008) lo anterior es algo que debe considerarse poco discutible en las sociedades contemporáneas. Las nuevas tecnologías de la información y la comunicación han adquirido una creciente presencia y ésta, además de crecer geométricamente en términos físicos, gana cotidianamente en relevancia en la medida en que estas tecnologías en constante transformación, intervienen e interfieren en los distintos ámbitos que conforman la realidad social, redefiniendo procesos económicos, sociales y culturales desde su propia raíz.

Las computadoras, los programas de software, la posibilidad de conexión remota e intercambio en tiempo real, generan un entorno de relaciones comunicativas que transforman sin retorno la vida cotidiana en todos los niveles de observación del sistema social (García Canclini, 2012; Urresti, 2008).

Para Reig y Vilchez (2013) lo anterior ha provocado la consolidación de la conexión a Internet como un hábito cotidiano para una mayoría creciente de la población aun en aquellos países de economías poco sólidas y en constante crisis, que se manifiesta claramente en el incremento de las actividades que se desarrollan en la Red. A ello ha contribuido la aparición reciente de cierta tecnología ubicua, como los llamados móviles inteligentes y las *tablets*, relativamente accesibles y que vuelven notoriamente próxima la entrada al ciberespacio.

La nueva cultura audiovisual y las ciberculturas juveniles remiten precisamente a esas transformaciones. La accesibilidad creciente a Internet, a través de cada vez más novedosos artefactos culturales (Hine, 2004), y la evidente predilección del sector joven por el formato audiovisual incluida su variante más lúdica, el videojuego (Balestrini, 2010), articulan identificaciones, gustos, preferencias y hasta proyectos con los que conforman su identidad y prefiguran su futuro personal y grupal (Urresti, 2008).

Pero ¿Qué es la nueva cultura audiovisual y cuál es, desde nuestra perspectiva, su relación con las ciberculturas juveniles? Concretamente ¿En qué sentido se plantean sus intersecciones?

Nueva cultura audiovisual y ciberculturas juveniles: dos conceptos clave

En retrospectiva podemos ver que el audiovisual tiene claros y precisos antecedentes en el cine primero y en la televisión después, y su legitimación como categoría y concepto viene representada por la irrupción del formato de video que empieza ampliar e introducir nuevas formas de producción y distribución de imagen cinematográfica hacia las dos últimas décadas del pasado siglo. A partir de entonces se establece el término genérico y como tal incluyente de 'audiovisual' para considerar "a todo aquel medio de comunicación o expresión que tome como base de su lenguaje la combinación del sonido con la imagen en movimiento" (Fernández Diez y Martínez Albadia, 1999: 22). Bajo esa lógica se denomina audiovisual al conjunto de productos provenientes del cine, la televisión, el video en cualquiera de sus formatos y fines (video-arte, video-instalación, clip musical, video amateur), el spot propagandístico, publicitario e informativo, entre otros más. Al respecto Gubern (2000) ofrece una certera explicación: Subtítulo de sección.

Antes hablábamos de cine y ahora hay que hablar genéricamente, ante la mezcolanza de productos y canales de difusión, de *audiovisual*, como la provincia central y hegemónica de la cultura de masas contemporánea. De modo que la Galaxia Lumière, que nació a finales del siglo XIX como derivación del invento de la instantánea fotográfica puesta al servicio del invento de la linterna mágica, se ha convertido cien años después en una densa constelación electrónica (...) en la que figuran la televisión, el video y la imagen sintética producida por ordenador. Todas ellas son imágenes móviles que vemos en una

pantalla, que es su soporte espectacular. Constituyen, por tanto, un mismo lenguaje, pero hablan diferentes dialectos. (Gubern, 2000, 349)

Por su parte, a esta nueva y densa constelación electrónica Gilles Lipovetsky y Jean Serroy (2009) la llaman la *pantalla global*. Al respecto ambos autores señalan que en menos de medio siglo se ha pasado de “la pantalla espectáculo a la pantalla comunicación, de la unipantalla a la omnipantalla” y que bajo esa misma lógica evolutiva el presente puede describirse como “el siglo de la pantalla multiforme, planetaria y multimediática” (Lipovetsky y Serroy, 2009:10). Es el siglo de la ‘pantalla global’. Estos autores se refieren al carácter omnipresente que la imagen en movimiento ha adquirido en menos de veinte años, omnipresencia que va de la mano con la llegada de las TICs e Internet, en especial la Web 2.0, que han permitido la ampliación y diversificación de las formas de registro, reproducción, distribución y circulación de dichas imágenes.

“Es imposible no darse cuenta—nos recuerdan Lipovetsky y Serroy: con la era de la pantalla global, lo que está en proceso es una tremenda mutación cultural que afecta a crecientes aspectos de la creación e incluso de la propia existencia” (*Ibid*: 2009: 11). Mutación que ha derivado en lo que algunos autores ya identifican como nueva cultura audiovisual o cultura audiovisual contemporánea (Belsunces, 2011; Roig, 2011). Es decir: el audiovisual visto ya no a partir sólo del dispositivo tecnológico sino dentro de un sistema complejo que contempla diferentes procesos: la producción, la circulación y distribución, el consumo y la recepción, así como las diferentes formas (colaborativas, participativas) de intervenir en esos procesos por parte de los usuarios y los múltiples usos que el audiovisual tiene en el ciberespacio.

De acuerdo con Belsunces (2011) esta nueva cultura audiovisual:

Está fuertemente influenciada por las nuevas tecnologías digitales, tanto aquellas enfocadas a la producción, así como las que se enfocan a la distribución, o la participación. Para entender algunas de sus características, debemos volver sobre la creciente digitalización de los procesos y productos comunicativos, y la consiguiente interconexión que relaciona de formas cada vez más diversas a los productores, los contenidos y los públicos, y que permite que los contenidos fluyan de un *media* a otro dando como resultado nuevos tipos de estructura organizativa y narrativa. (Belsunces, 2011: 33)

En esta nueva forma de entender la cultura audiovisual se enfatiza el papel del usuario porque como Roig (2011) enfatiza:

No resulta para nada exagerado plantear que la interconexión de los *públicos* alrededor de intereses, experiencias e inquietudes comunes es uno de los principales motores de transformación no sólo de las industrias culturales sino del propio concepto de producción cultural...(donde) la tendencia a la participación, la colaboración, el diálogo crítico, la reapropiación, el intercambio, la difusión o la (co)creación de (y con) los públicos en la cultura audiovisual contemporánea tiene un profundo calado... (p. 12).

Según Pérez Pastor (2009) esta nueva cultura parece impulsada por una sola y contundente idea: “El usuario es un agente de cambio. Hoy, para profesionales o aficionados, las imágenes son de dominio público” (Pérez Pastor, 2009, 31). Esto representa que las anteriormente llamadas audiencias hoy se vuelven “usuarias, productoras y emisoras en la medida en que la interactividad que permiten las nuevas pantallas trasciende la mera interacción simbólica con ellas, para situar a las audiencias como creadoras de sus propios referentes, no sólo como re-creadoras simbólicas de significados o interpretaciones de los referentes producidos y emitidos por otros desde esas pantallas” (Rosas Mantecón, 2010: 38)

Es aquí precisamente donde resulta pertinente hablar del joven como una figura clave, activa y participe en esta nueva cultura.

Como se ha establecido desde el principio, se trata de estudiar las prácticas culturales (o ciberculturales) que los jóvenes generan y protagonizan, prácticas en las que las TICs juegan un papel clave, en especial aquellos dispositivos auxiliares para la producción/distribución de mensajes audiovisuales. En todo caso la pretensión ha sido focalizarse en el valor y el significado que la producción audiovisual toma en dichas prácticas, y la relevancia que aquellos adquieren en el establecimiento de ciertos vínculos colectivos e incluso de procesos formativos de carácter informal en los jóvenes.

Como ya se ha sugerido párrafos arriba Internet ha generado una transformación en las prácticas culturales relacionadas con el consumo audiovisual, prácticas que han contribuido a la configuración de esta nueva cultura y son los espectadores/usuarios jóvenes, fundamentalmente, los protagonistas de esta nueva dinámica. Es así como las TICs e Internet dan un nuevo giro a la perspectiva cultural en torno al estudio del joven y sus prácticas, porque para algunos autores estas nuevas dinámicas son lo que conforman las ciberculturas juveniles (Feixa, 2011; Urresti, 2008).

¿Qué es lo propio de las ciberculturas juveniles y qué es lo que la caracteriza más allá del elemento tecnológico? ¿Es necesario plantear entonces alguna diferencia con respecto a las culturas juveniles, así sin el prefijo *ciber*? De acuerdo con Reguillo (2003) es importante tener en cuenta que lo juvenil, en tanto cultura, no representa una categoría unívoca y por lo tanto la juventud es una categoría culturalmente construida, no se trata de una esencia y, en tal sentido, la mutabilidad de los criterios que fijan los límites y los comportamientos de lo juvenil, está necesariamente vinculada a los contextos socio-históricos, producto de las relaciones de fuerza de una determinada sociedad.

Reguillo (2000) además plantea que las culturas juveniles se traducen en determinadas formas organizativas, determinadas formas de entender, expresarse y ubicarse en el mundo y por los diversos modos en que se asumen como ciudadanos, aunque siempre es fácil, desde el punto de vista etnográfico, ubicar una constante transversal: el grupo de pares, que opera sobre la base de la comunicación, se constituye en un espacio de confrontación, producción y circulación de saberes, que se traduce en acciones. “De maneras diversas, con mayor o menor grado de formulación, lo que caracteriza a estas grupalidades es que han aprendido a tomar la palabra a su manera y a reapropiarse de los instrumentos de comunicación” (Reguillo, 2000, 14).

Por otra parte, Urresti (2008) señala que hablar de ciberculturas juveniles representa hablar de ámbitos de encuentro virtual entre jóvenes que, a pesar de estar distantes en el espacio, intercambian información y datos sobre cuestiones de su interés, se relacionan entre sí con encuentros reales y posteriores, se comunican a diario a través del chat y los foros y, en ese conjunto de flujos diversos, forjan una imagen de sí mismos, de los grupos a los que pertenecen, tomando conciencia de la generación en la que se incluyen y el mundo que les rodea.

En gran medida a ello se debe que, en la llamada sociedad digital y a partir de la convergencia tecnológica:

el sector juvenil se ha transformado y en muchos sentidos ha pasado de ser protagonista de los cambios. Por primera vez, lejos de analizarlos desde extremos opuestos, los jóvenes pueden ser vistos como actores fundamentales de los cambios sociales. Ellos se están apropiando de las nuevas tecnologías de una manera más contundente que los demás grupos etarios. (Crovi Druetta, 2000, 133)

Los jóvenes son los actores sociales que se han posicionado como los usuarios potenciales de las nuevas tecnologías en el entorno actual, proceso de definición que remite a una estructura de capitales culturales e intereses que posee cada sujeto que se relaciona con Internet de acuerdo con las capacidades adquiridas, su lugar en la distribución de capitales culturales y adscripción a cierto grupo social (Winocour, 2006).

Para Gómez (2008) dos aspectos que resultan clave en el acercamiento al uso de las nuevas tecnologías por parte de los jóvenes son la alfabetización mediática que en su trayectoria como usuarios han configurado con el paso de los años y el lugar que ese aprendizaje continuo les otorga en el interior de sus hogares ante las generaciones adultas.

Por lo mismo, hablar de ciberculturas juveniles es referirse a la figura del sujeto juvenil “Como productor cultural en su adscripción a espacios de afinidad dentro de la cultura audiovisual y mediática a partir de la configuración de recursos y estrategias alternativas de carácter lúdico dentro de Internet, que le permiten también solucionar necesidades múltiples” (Ávalos, 2011: 47).

En síntesis, de acuerdo con Martín-Barbero (2002), las culturas juveniles de hoy son la expresión de una generación formada por sujetos dotados de una ‘plasticidad neuronal’ y elasticidad cultural que es, a su vez, una apertura a muy diversas formas, adaptación a los más diversos contextos y una enorme facilidad para los “idiomas” de la imagen y la computadora, esto es para entrar y manejarse en la complejidad de las redes informáticas. Es así como los jóvenes articulan hoy las sensibilidades modernas a las posmodernas en comunidades virtuales, y frente a las culturas letradas las culturas audiovisuales rebasan ese tipo de adscripción congregándose en ‘comunidades hermenéuticas’ que responden a nuevas maneras de sentir y expresar la identidad. Para decirlo en términos de Ardèvol (2003) las ciberculturas juveniles pueden apreciarse como formas culturales emergentes, propias de la contemporaneidad, generadoras de cierta producción cultural sustentada en las nuevas tecnologías.

Aspectos metodológicos del proyecto

A partir del objetivo general- analizar lo audiovisual, su consumo y apropiación, como generador de procesos de sociabilidad de jóvenes en el ciberespacio- se ha seguido un diseño metodológico, de corte cualitativo, compuesto por diversas técnicas: desde el estudio de caso, es decir la selección de grupos asumidos como comunidades, conformados en la red social Facebook e integrados a partir del interés por el intercambio de material audiovisual (series de televisión, cine, videos musicales, etc.) a la etnografía virtual que como tal contempla la observación participante y la entrevista semidirigida a sujetos clave e integrantes de estas comunidades. Concretamente se ha dado seguimiento etnográfico al grupo Alucardos y se han aplicado, hasta el momento, un total de quince entrevistas.

Con ello se ha buscado el estudio y la comprensión integral de los procesos que se estructuran en las comunidades virtuales. Por ello, el proyecto de donde se desprende la presente comunicación ha tenido predominantemente como ámbito de desarrollo el espacio virtual, es decir es un proyecto que investiga *sobre* el espacio virtual *en* el espacio virtual (Ruiz, 2013; Estalella y Ardèvol, 2010) y que se concentra en comunidades virtuales como estudio de caso, particularmente grupos organizados a través de Facebook.

La decisión de enfocarse en grupos o comunidades virtuales se ha tomado siguiendo las sugerencias de algunos autores (Urresti, 2008, Igarza, 2010; Morduchowicz, 2012; Urteaga, 2012; García Canclini, 2012) quienes afirman que las respuestas a las posibles incógnitas relacionadas con la juventud, vista desde una perspectiva cultural, se encuentra, precisamente, en esas nuevas formas de agregación social en el espacio virtual.

En ese sentido el proyecto representa un estudio a nivel micro, con el propósito de evitar la dispersión metodológica y la pérdida de orientación, centrándose en esos contextos particulares que expresan la lógica social dominante en la sociedad de la información (Ruiz, 2013).

Intersecciones: sociabilidad y consumo audiovisual como apropiación

En la primera fase de resultados destaca la asociación de agendas de navegación con el cine, práctica cultural transversal al proceso de interactividad juvenil, y otras actividades de

entretenimiento. La más que evidente relación de producción, recepción y consumo de contenidos audiovisuales en el ciberespacio y de la cultura de la participación, reconocida como la creación, reproducción e intercambio de contenidos como matriz de comunidades virtuales (Jenkins, 2008), permite explorar las agencias y los capitales juveniles activados en el contexto actual e imaginar, incluso, ciertos procesos de aprendizaje y apropiación mediáticos (Ávalos, 2011).

Es en estos aspectos donde la nueva cultura audiovisual y las ciberculturas juveniles se interseccionan. Y es en esas intersecciones donde se han producido encuentros, contactos y formas de relación impensables en el concierto de los medios, nuevas formas de sociabilidad que integran comunidades o grupos virtuales (Winocur, 2006). Intersecciones que permiten hablar también de nuevas sensibilidades en torno a la imagen, al audiovisual traducidas en acciones tan concretas como la propensión al archivo de material reciente y remoto, clásico y raro, el intercambio compulsivo de todo material archivado y recuperado y la urgencia por poner en común aquello que el audiovisual expone, manifiesta y evidencia de manera rápida y directa (Pujol, 2011). Desde el punto de vista de la investigación y la educación, se trata de una serie de procesos en la que “la aceleración (capacidad de introyección de la novedad), interiorización de las pantallas y consumo digital—por parte de los jóvenes—está avanzando a una velocidad pavorosa y nosotros, mientras tanto, todavía estamos discutiendo cuál debe ser el *abc* de la alfabetización digital” (Piscitelli, 2011, 184).

De acuerdo con Roig (2011) es posible hablar de la implicación de los jóvenes en la nueva cultura audiovisual en tres sentidos:

- 1) Su facilidad para organizarse en grupos para el intercambio de materiales propios de la cultura mediática.
- 2) Su facilidad para generar procesos e instaurar espacios virtuales de sociabilidad.
- 3) Su facilidad para adaptarse a los rápidos avances tecnológicos adquiriendo habilidades y competencias en el proceso.

En ese sentido la nueva cultura audiovisual es una cultura propia de los tiempos que corren y producto de un sector, el de los jóvenes, que encuentran en las imágenes sus referentes.

Ello se debe a la percepción que los jóvenes tienen respecto al ciberespacio. El ciberespacio generalmente lo relacionan con cierta autonomía y esto les ha permitido desarrollar la idea de que la información, especialmente las imágenes, deben ser accesible a todos. La noción de que en el ciberespacio la práctica del consumo cultural se ha democratizado, o bien, dicho en términos simples, que ahora todos pueden acceder sin normatividad alguna a una gran variedad de bienes culturales permea en los comentarios de los entrevistados. Tal como señalan Pérez Pastor (2009) y Roig (2011) la idea de que las imágenes son del dominio público es compartida por la práctica totalidad de los informantes.

Esta idea de accesibilidad a bienes culturales permite percibir en los jóvenes el descubrimiento de opciones de organizaciones virtuales que sirven para gestionar sus consumos culturales. Para Roig (2011) esta forma de desenvolvimiento de los jóvenes a través de la red los ha vuelto más activos de tal forma que pueden controlar el flujo de los medios para interactuar con otros consumidores constituyendo grupos y comunidades que expresan públicamente sus deseos y sus críticas.

Al respecto, señala Scolari (2008) que la red es ante todo un ambiente de comunicación e interacción que se usa hoy más que nunca para compartir con otros usuarios experiencias colaborativas. Es un generador de discursos, un espacio enunciativo donde una variedad de intereses declaman sus orígenes, mitos y tendencias. Ese sentido de colaboración se manifiesta claramente en los jóvenes al organizarse en comunidades a través de las cuales se permiten gestionar sus hábitos de consumo así como sus maneras de socializar a través de lo mediático (Gómez, 2015).

Las comunidades virtuales son las formas más evidentes de las ciberculturas juveniles. “Una comunidad virtual—dice Lèvy (2007: 100) —se construye sobre afinidades de intereses, de conocimientos, compartiendo proyectos, en un proceso de cooperación o de intercambio, y esto independientemente de las proximidades geográficas y de las pertenencias institucionales”.

Lejos de ser frías, no excluyen las emociones fuertes. Por otra parte, ni la responsabilidad individual ni la opinión pública ni su juicio desaparecen en el ciberespacio. Finalmente, es raro que la comunicación a través de las redes informáticas sustituya pura y simplemente a los encuentros físicos: la mayor parte de las veces, es un complemento o una ayuda. (Lèvy, 2007, 100)

Los jóvenes y la “audiovisualización” de la web: a modo de conclusión

En definitiva la nueva cultura audiovisual es una cultura propia de los tiempos que corren y producto de un sector, el de los jóvenes, que encuentran en las imágenes sus referentes.

Finalmente es importante remarcar que ello no sería posible sin tres elementos que se antojan básicos en la cultura audiovisual contemporánea y consecuencia lógica del devenir tecnológico:

- 1) La aparición de celulares inteligentes y otros dispositivos móviles con capacidades de procesamiento avanzado ha provocado la “proletarización” (Artopoulos, 2011) de Internet y la tecnología digital.
- 2) Esta accesibilidad viene a reafirmar el posicionamiento y empoderamiento del sector juvenil en la Red, es decir la llamada cultura juvenil encuentra en esta nueva cultura audiovisual una forma de expresión y reafirmación de su identidad, estas nuevas pantallas se integran a la identidad del joven y a los procesos socio-culturales que le dan sentido (Artopoulos y Urresti, 2011; Igarza, 2010; Reig y Vilchez, 2013).
- 3) El combo tecnológico nuevos dispositivos—Facebook—Youtube es adoptado, mayoritariamente por los jóvenes, para la producción y el consumo de bienes culturales (Igarza, 2010), de tal forma que el fenómeno a destacar es la “audiovisualización creciente de la web como parte y producto de las ciberculturas juveniles” (*Ibid*, 86).

Finalmente es importante señalar que todo ello ha sido posible gracias a un conjunto de aperturas en los procesos que han llegado de la mano de las TICs:

En primer lugar se produce una apertura tecnológica, es decir, la mayor facilitación al acceso y uso del software y equipos de producción, así como también a plataformas tecnológicas que permiten la colaboración y la amplia difusión de los objetos producidos. Por otro lado, se da también una apertura relacionada con el acceso y uso de los contenidos. En tercer lugar, se produce una apertura de la experiencia, que vemos reflejada en la tendencia creciente a que un concepto o historia se desarrolle de forma sistemática a través de diferentes medios. Este desarrollo induce a diferentes expertos a considerar que la capacidad para contar historias se ha desinstitucionalizado, aunque sea de forma parcial. Finalmente se produce una apertura de los proyectos y por tanto la implicación del usuario en los procesos creativos.” (Lacalle y Sánchez-Navarro, 2012: 19)

BIBLIOGRAFÍA

- Ardèvol, E. 2003. *Cibercultura: un mapa de viaje. Aproximaciones teóricas para el análisis cultural de Internet*. Ponencia. Noveno Congreso de Antropología, Barcelona.
- Artopoulos, A., G. Baum, and S. Spadaccini. 2012. *La sociedad de las cuatro pantallas: Una mirada latinoamericana*. Buenos Aires: Ariel.
- Ávalos, J. 2011. "Transmedialidad y cultura de participación en los usuarios jóvenes de Internet de Tijuana." *Virtualis* 2 (4): 4566.
- Balestrini, M. 2010. "El transpaso de la tiza al celular: celumetrajes en el proyecto facebook para pensar con imágenes y narrativas transmedia." En *El proyecto facebook y la posuniversidad. Sistemas operativos y sociales y entornos abiertos de aprendizaje*, editó por A. Piscitelli, I. Adaime y I. Binder, 3547. Barcelona: Fundación Telefónica.
- Belsunces Gonçalves, A. 2011. *Producción, consumo y prácticas culturales en torno a los nuevos media en la cultura de la convergencia: el caso de Fringe como narración transmedia y lúdica*. Barcelona: Universitat Oberta de Catalunya.
- Crovi, D. 2000. "Los jóvenes ante la convergencia tecnológica." *Comunicación y Sociedad* 38: 12743.
- Feixa, C. 2006. "Generación XX. Teorías sobre la juventud en la era contemporánea." *Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud* 4 (2): 118.
- Díez, F. F., and J. M. Abadía. 1999. *Manual básico de lenguaje y narrativa audiovisual*. Barcelona: Paidós.
- García Canciani, N. 2012. "De la cultura postindustrial a las estrategias de los jóvenes." En *Jóvenes, culturas urbanas y redes digitales* editó por Rosa María Sáinz Peña, 324. Madrid: Fundación telefónica.
- Gómez, H. 2015. *Estar en otra parte: Tiempos de crecer siendo un Fan. Cuatro textos sobre traslados en la cultura y la comunicación*. León, México: Universidad Iberoamericana.
- León.Gómez, H. 2008. "Estratos espaciales y de comunicación en los estudios sobre la juventud. Una revisión de los estudios de los consumos culturales juveniles en México." *Anuario CONEICC de investigación de la comunicación, XV*, 185212.
- Gubern, R. 2000. *El eros electrónico*. Madrid: Taurus.
- Hine, C. 2004. *Etnografía virtual*. Barcelona: UOC.
- Igarza, R. 2010. "Nuevas formas de consumo cultural: Por qué las redes sociales están ganando la batalla de las audiencias." *Comunicación, media y consumo* 7 (10): 5990.
- Islas, J. 2008. "El prosumidor. El actor comunicativo en la sociedad de la ubicuidad." *Revista Palabra-Clave* 11 (1) 2939.
- Jenkins, H. 2009. *Fans, bloggers y videojuegos. La cultura de la colaboración*. Barcelona: Paidós.
- . 2010. *Piratas de textos. Fans, cultura participativa y televisión*. Barcelona: Paidós
- Lacalle, Ch. y J. Sánchez-Navarro. 2012. "Audiovisual 2.0: Narrativas, recepción y consumo en los nuevos hipertextos." *Análisi. Quaderns de comunicació i cultura* 1, 1921.
- Lévy, P. 2007. *Cibercultura La cultura de la sociedad digital*. Ciudad de México: Anthropos-Universidad Autónoma Metropolitana.
- Lipovetsky, G. y J. Serroy. 2009. *La pantalla global. Cultura mediática y cine en la era hipermoderna*. Barcelona: Anagrama.
- Martín-Barbero, J. 2002. "Jóvenes: comunicación e identidad", *Pensar Iberoamérica*. Revista de Cultura. Acceso el 17 de noviembre de 2014.
- Pérez Pastor, L. 2009. *Redefinición del espectador cinematográfico en relación al audiovisual contemporáneo*. Barcelona: Universitat Pompeu Fabra.
- Piscitelli, A. 2011. Nativos e inmigrantes digitales: ¿Brecha generacional, brecha cognitiva o las dos juntas? *Revista Mexicana de Investigación Educativa* 11 (28): 17985

- Pujol, C. 2011. *Fans, cinéfilos y cinépagos. Una aproximación a las culturas y gustos cinematográficos*. Barcelona: UOC.
- Reguillo, R. 2003. "Las culturas juveniles: Un campo de estudio; breve agenda para la discusión." *Revista Brasileira De Educação* (23): 10318.
- Reig, D. y L. Vílchez. 2013. *Los jóvenes en la era de la hiperconectividad: Tendencias, claves y miradas*. Madrid: Fundación Telefónica.
- Roig, A. 2011. *Trabajo colaborativo en la producción cultural y el entretenimiento*. Barcelona: UOC.
- Urresti M. 2008 "Ciberculturas juveniles. Los jóvenes, sus prácticas y sus representaciones en la era de Internet." *Revista Argentina de Sociología* 6 (11): 297304.
- Urteaga, M. 2012. "De jóvenes contemporáneos: Trendys, emprendedores y empresarios culturales." En *Jóvenes, culturas urbanas y redes digitales*, editó por Rosa María Sáinz Peña, 2544. Madrid: Fundación Telefónica.
- Winocour, R. 2006. "Internet en la vida cotidiana de los jóvenes." *Revista Mexicana de Sociología* 68 (3): 55180.

SOBRE LOS AUTORES

Dr. José Alberto Abril Valdez: Profesor de Comunicación Audiovisual, División de Ciencias Sociales, Universidad de Sonora, Hermosillo, Sonora, México

Dr. Gustavo Adolfo León Duarte: Coordinador de Posgrado Integral en Ciencias Sociales, División de Ciencias Sociales, Universidad de Sonora, Hermosillo, Sonora, México

La *Revista Internacional de la Imagen* cuestiona la naturaleza de la imagen y los procesos de producción de imágenes. Desde una perspectiva transdisciplinar, reúne investigadores, teóricos, profesionales y maestros de diversas áreas de estudio como arquitectura, arte, ciencias cognitivas, comunicaciones, ciencias de la informática, estudios culturales, diseño, educación, estudios de cine, historia, lingüística, gestión, mercado, estudios de medios, museografía, filosofía, fotografía, psicología, estudios de religión y semiótica, entre otros.

La revista publica artículos de tipo académico tradicional, pero también aquellos que presentan prácticas profesionales con ejemplos concretos de trabajo con la imagen y que analizan los objetivos, los procesos y los efectos del proceso de creación de imágenes.

La *Revista Internacional de la Imagen* es una publicación académica arbitrada bajo la revisión por pares.