

IX Jornadas de Jóvenes Investigadores
Instituto de Investigaciones Gino Germani
1, 2 y 3 de Noviembre de 2017

**La televisión está en todas partes, es ubicua: Una aproximación teórica desde los
Estudios Culturales y de la Comunicación.**

Autores:

Noscué, Mera Eliana; Doctoranda en Comunicación Social de la FPyCS en la UNLP; Licenciada en Literatura, Comunicadora Social y Periodista de la Universidad del Valle, Cali - Colombia; Becaria Conicet (2015-2020) con lugar de trabajo en el (CeID-TV). E-Mail: eliananoskwe@gmail.com DNI: 95.536.542.

Pauloni, Silvina Mariel; Doctora en Comunicación Social por la FPyCS de la UNLP; Especialista en Docencia Universitaria, Licenciada en Comunicación Social de la misma universidad. Co-Directora del CeID-TV, docente de la FPyCS en la UNLP. E-mail: spauloni@hotmail.com DNI: 23799460.

González, Leonardo; Doctor en Comunicación Social de la Universidad Complutense de Madrid; Licenciado en Comunicación Social de la UNLP; Investigador Conicet, Docente de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la Universidad Nacional de La Plata, Director del Centro de Investigación y Desarrollo en Comunicación, Industrias Culturales y TV (CeID-TV) adscrito FPyCS de la UNLP a la E-mail: leonardo.gonzalez@presi.unlp.edu.ar DNI: 23615311.

Eje Temático 4: Tecnologías digitales y producciones estético-culturales: consumos, política, cultura y comunicación.

Palabras Claves: Televisión, Estudios Culturales, Convergencia, Hibridación.

Introducción

El principal objetivo de esta ponencia es contribuir a la re-conceptualización de la Televisión. Se propone desarrollar este aporte a partir de conocimiento empírico y revisión teórica. La vertiente empírica se basa en resultados obtenidos en la recolección de datos de un trabajo de campo etnográfico compuesto por observación, entrevistas semiestructuradas y encuestas con enfoque cualitativo. Todo ello realizado en el marco de una tesis doctoral en Comunicación que se propone un estudio exploratorio analítico sobre usos y apropiaciones de las Tecnologías Digitales de la Información y las Comunicaciones (TicsD), vinculadas a la producción, difusión y visualización de lo que actualmente proponemos comprender como Televisión, por parte de poblaciones en situación de desplazamiento forzado, provenientes del Suroccidente colombiano y radicadas en las periferias de Santiago de Cali. Se trata de dar

IX Jornadas de Jóvenes Investigadores
Instituto de Investigaciones Gino Germani
1, 2 y 3 de Noviembre de 2017

cuenta de las formas en que se construyen representaciones sociales y culturales como productores, usuarios y consumidores en los *social media* y las plataformas digitales.

En cuanto a la revisión teórica. Nos basaremos en las premisas propuestas desde los Estudios Culturales y de la Comunicación, aquellas estipuladas por Raymond Williams que funcionaran como el umbral de nuestra referencia, para proseguir con las revisiones a las propuestas de autores como Néstor García Canclini, Jesús Martín-Barbero, Guillermo Orozco, Ignacio Ramonet, Carlos Scolari y Omar Rincón. Todo ello como base analítica para relevar las metamorfosis culturales y tecnológicas de la Televisión, que nos permitirán justificar porqué consideramos que lejos de desaparecer, actualmente lo que está sucediendo son cambios en las formas de consumir, producir y difundir contenidos audiovisuales.

Conocimiento empírico localizado que permite proponer la re-conceptualización de la Televisión.

Como mencionamos arriba, en el marco de la tesis doctoral nos interesa conocer sobre los usos y apropiaciones simbólicas y materiales que actualmente realizan poblaciones en situación de desplazamiento forzado en Colombia, de redes sociales virtuales, plataformas digitales y dispositivos como teléfonos inteligentes, televisores inteligentes, computadoras, *tablets*. Por ello quisiéramos esbozar algunas características sociales y culturales que poseen estas poblaciones, para que esto nos permita clarificar sobre los contextos económicos en los que estos usos y apropiaciones suceden. En primera instancia aclarar que estas poblaciones garantizan con recursos propios los accesos materiales a las tecnologías digitales, ya que el gobierno colombiano no ha desplegado alguna política pública con características inclusivas generales como el Programa Conectar Igualdad en Argentina o el Plan Ceibal en Uruguay.

Las personas en situación de desplazamiento forzado en Colombia, pertenecen a comunidades campesinas, indígenas y afro-descendientes, catalogados en pobreza o extrema pobreza, que habitaban zonas rurales donde sucedían encuentros armados o tomas violentas por parte de los actores del conflicto: Estado, guerrillas y paramilitares. Si bien este flagelo fue reconocido legítimamente desde 1985, y a partir de esta fecha y hasta la actualidad se registran más de 7.000.000 de personas en esta situación, existen revisiones históricas que reconocen que esta figura de desalojo funciona desde la denominada Época de la Violencia que sucedió a mediados del siglo XX. Pero no hay que dejar de anotar que fue en el periodo de 2002-2010,

durante las dos presidencias de Álvaro Uribe Vélez, que se agudizaron estas cifras, adjudicando a este periodo aproximadamente el 40% de la suma total reconocida.

También tenemos que aclarar que el concepto de desplazamiento forzado no solo se reconoce como un desplazamiento que fue inducido por violencia directa física, sino que también se refiere a la decisión de desplazamiento que es tomada por las familias debido a diferentes problemáticas relacionadas con el conflicto interno. Nos referimos a la falta de inversión a la producción del campo, de empleo en estas zonas, de educación y a los constantes hostigamientos. Es decir, que existe una línea divisoria muy fina entre el concepto de desplazamiento forzado y el concepto de migración, en el sentido de que al hacer el análisis de una situación de desplazamiento forzado debe desarrollarse una interpretación relacional frente a las razones indirectas del conflicto armado que llevaron a las personas a tomar la decisión de abandonar su entorno ancestral. De hecho es muy común que muchas víctimas no se consideren desplazadas por la violencia porque no sufrieron una experiencia de violencia física.

Es así como en la encuesta cualitativa que realizamos, cuando preguntamos sobre las razones de su desplazamiento/migración, nos encontramos con diversos relatos que denotan las diversas desestabilizaciones económicas, sociales y culturales que ha producido el conflicto interno armado en Colombia:

"He recorrido Caquetá, Tolima, Quindío, Cali (Valle). Me vine del Huila cuando se acabó el despeje del Caguán. Me vine del Tolima porque no había trabajo. Del Quindío también por falta de trabajo. Y aquí estoy"¹.

"Me vine para acá por causas de la guerra"².

"Porque la economía no es la mejor"³.

"Abandoné mi lugar de origen porque me llevaron a prestar servicio militar y cuando terminé tuve muchos problemas con milicianos... también porque un hermano es soldado profesional"⁴.

"Nosotros perdimos tres fincas. Por cuidarnos a nosotros, mi mamá Doña Claudia, perdió todo, perdió ganado, perdió todo. Eso fue hace como 30 años. Nos tocó salir de noche". "Primero la guerrilla, y luego ese mismo comandante se metió a los paramilitares y el ejército y empezó a matar a todo el mundo... Me gustaría volver porque es mi tierra, me gustaría encontrar una finquita de las mismas que teníamos"⁵.

1 Hombre de 48 años que se desempeña como albañil.

2 Mujer campesina de 78 años.

3 Mujer campesina (agricultura) de 35 años que actualmente se desempeña en la ciudad como empleada doméstica.

4 Hombre campesino de 37 años.

5 Hombre de 48 años con educación primaria.

Generalmente estas comunidades llegan en condiciones de pobreza y estas circunstancias las obligan a radicarse en las periferias más humildes de las principales ciudades del país. En la ciudad de Santiago de Cali, que es reconocida como la ciudad receptora más importante del suroccidente colombiano, recibe poblaciones de los departamentos de Nariño, Putumayo, Cauca y Valle. Los cordones de pobreza se componen por dos principales zonas. Por una parte existe al Oriente de la ciudad el Distrito de Aguablanca que alberga población mestiza y población afrodescendiente proveniente del Pacífico Colombiano; y por otra parte las laderas (montañas periféricas) que van desde el Sur hasta el Oeste de la ciudad y albergan comunidades diversas, pero se pueden encontrar poblaciones campesinas mestizas Caucanas e indígenas.

A partir de esta revisión demográfica ubicamos una zona denominada Brisas de Alto Nápoles, que se encuentra en la ladera de la zona Sur. Allí, durante los meses de febrero, marzo y abril de 2017, hicimos contacto con líderes comunitarios que con toda su disposición facilitaron nuestra cercanía a la comunidad. En primera instancia, a partir de conversaciones grupales e individuales y caminatas en la zona, pudimos determinar que son alrededor de 6.000⁶ personas las que habitan la localidad. Esta población está constituida por campesinos mestizos o descendientes de campesinos que migraron en décadas anteriores, indígenas de pueblos Yanaconas y Nasas y afrodescendientes de zonas Caucanas. Sus ingresos económicos provienen principalmente, en el caso de los hombres de empleos como albañiles de la construcción, vigilantes y vendedores ambulantes y en el caso de las mujeres, aquellas que no son amas de casa, se desempeñan como empleadas de servicios domésticos o vendedoras ambulantes.

Cuando indagamos sobre los dispositivos tecnológicos que han adquirido con sus propios ingresos. Nos encontramos que no es común que tengan computadores de escritorio o portátiles. Por su parte si se hace más común que tengan teléfonos inteligentes, pero aunque son dispositivos con estas características, generalmente son de las gamas más bajas que se encuentran en el mercado, es decir que no acceden a marcas como Apple, Samsung o modelos de lanzamientos recientes. En cuanto a los televisores, si bien se pueden encontrar televisores inteligentes que contrastan con *livings* de características bastantes precarias (Paredes de madera, plásticos, pisos de tierra o cemento), es común que todavía tengan televisores analógicos e incluso algunas familias no poseen televisor.

⁶ Se debe aclarar que este recorte se justifica por las limitaciones de recursos humanos y económicos del proyecto.

Si bien no hicimos una diferenciación generacional, pudimos constatar que son los preadolescentes, adolescentes y jóvenes, los que más cercanía tienen con las TicsD, tanto en el uso de los dispositivos como en las apropiaciones de plataformas digitales y redes sociales virtuales. Sin embargo los adultos, aunque con diversas resistencias frente a las novedades, también han incorporado las TicsD a su vida. En el caso de los adultos mayores las resistencias se evidencian aún más y pudimos encontrar relatos que evidenciaban preferencias por la radio tradicional o en definitiva la ausencia de preferencias incluso hacia el televisor analógico:

"Las Redes Sociales son divertidas, puedo estar en contacto con mis amigos y familia y comparto tareas con mis compañeros de colegio"⁷.

"La verdad es que no tengo televisor y el celularcito que tengo es solo para llamar."⁸

"Yo tengo dos televisores de los culones (analógicos) y lo único que veo allí son las noticias. Me gusta más la radio, porque uno puede estar por allí haciendo sus oficios y se entretiene, escucha música, o las noticias también, claro"⁹.

En cuanto a las fuentes de conexión, indagamos por una parte las conexiones a internet desde los teléfonos inteligentes y pudimos concluir que principalmente se conectan gracias a recargas prepagas semanales, quincenales o mensuales que les permiten activar el servicio de datos en los dispositivos. También, aunque en menor medida, se encontró que se suscriben a paquetes Triple Play (televisión, internet y telefonía) y de esa forma conectan sus dispositivos con redes WiFi. También nos enteramos de casos donde se comparten entre vecinos las claves de acceso y la posibilidad de conexión se amplía sin acceder a nuevas suscripciones. Además "cuando bajan a la ciudad" hacen uso de las redes WiFi públicas de centros comerciales, plazas y de las estaciones del transporte masivo Mío:

"El televisor no siempre está con internet, pero el celular sí. Teníamos un compu, pero lo vendimos porque lo habíamos comprado barato y nos daban más plata por él. Tenemos WiFi, pagamos \$50.000 (17 dólares) mensuales. También tenemos parabólica de TV Cable en el televisor. Yo veo películas de Youtube en el TV"¹⁰.

"Me conecto en plazas y centros comerciales... aunque de vez en cuando porque casi no voy al centro de la ciudad"¹¹.

Por su parte, cuando indagamos acerca de los servicios de televisión, como dijimos anteriormente, se encuentran casos que tienen suscripciones a la televisión paga. Sin embargo

7 Niña de 8 años de edad que cursa la primaria.

8 Hombre de 48 años de edad.

9 Hombre de 65 años de edad, sin educación formal, de oficio albañil.

10 Mujer de 21 años nacida en Cali con nivel educativo secundario.

11 Joven de 15 años que cursa la secundaria.

se encuentran escalas que van de mayor a menor medida, es decir que es más común encontrar que tienen contratados servicios de televisión paga de "parabólicas comunitarias", más que de las empresas líderes del mercado como lo son DirectTV o Claro. Por otra parte fue común escuchar también que accedían a la televisión abierta y al preguntarles por las preferencias de estos canales, se evidenciaban preferencias en la programación de los dos canales privados Caracol y RCN; sobre el canal regional Telepacífico y en menor medida el canal público Señal Colombia.

"Televisor tenemos de los viejitos y solo coge los canales nacionales... a veces la antena coge bien y a veces se ve lluvioso"¹²

"Tengo televisor analógico que tiene la señal pública abierta"¹³.

"Tengo televisor LCD con parabólica... pago \$40.000 mil pesos (13 dólares)"¹⁴

Cuando indagamos sobre las preferencias de visualizaciones de contenidos audiovisuales entre el teléfono inteligente y el televisor; constatamos que quienes hacen uso de teléfonos inteligentes, generalmente plantean que pasan más tiempo entreteniéndose o usando los teléfonos, que viendo programas en el televisor:

"En la TV dan novelas y a mí no me gusta ver eso... no muestran lo que para mí es de interés...en cambio en YouTube por ejemplo, uno ve lo que uno quiera"¹⁵.

"En la televisión son cosas poco productivas y no muy variables y en las redes encontramos una variedad con mejor aprendizaje"¹⁶.

"Ahora me concentro más en el internet que en mirar TV, ya no me llama tanto la atención"¹⁷.

"Pues mira que yo no veo televisión. Lo que me gusta mucho es la música, entonces ahora puedo escuchar y ver muchos videos".¹⁸

"Me he acostumbrado a andar con el celular en la mano. Veo un programa y ya no me interesa; solo veo una novela en la tarde y *Yo me llamo* en la noche. No me gustan las *narconovelas*".¹⁹

En cuanto a los roles que se pueden cumplir en el nuevo contexto tecnológico; encontramos que generalmente no desarrollan ampliamente el rol de productores de contenidos audiovisuales (fotos, videos) para ser compartidos en al redes sociales. Pero si desarrollan más ampliamente el rol de difusores de contenidos audiovisuales dependiendo de intereses y

12 Joven de 15 años que cursa la secundaria.

13 Mujer de 21 años con formación tecnológica.

14 Hombre de 25 años nacido en Cali con formación secundaria.

15 Hombre de 25 años nacido en Cali con formación secundaria.

16 Hombre de 28 años proveniente del Cauca, con formación técnica.

17 Joven de 15 años cursando la formación secundaria.

18 Mujer de 49 años con formación primaria.

19 Mujer de 21 años con formación tecnológica.

gustos personales, que pueden contener imágenes o videos de reflexiones de vida, noticias, videos musicales, fotos familiares en eventos especiales o de celebraciones.

Evidentemente tenemos muchos más datos para analizar, sin embargo la extensión de esta ponencia y la finalidad de utilización de dichos datos que priorizan la tesis doctoral, no nos permite ampliar las referencias para el análisis. De todas formas consideramos que lo depositado hasta aquí es funcional para el análisis propuesto y nos permite plantear que nuestra prioridad es demostrar que la revisión teórica que desarrollaremos es constatable con el conocimiento empírico porque si las evidencias frente a las nuevas formas de consumo de bienes simbólicos en televisores o teléfonos inteligentes, es decir, en diversas pantallas, suceden actualmente en condiciones de pobreza o diversas carencias, esto determina que en clases sociales medias y altas está aconteciendo esto con más ahínco, ya que se facilitan los accesos materiales, simbólicos y se evidencia más conocimiento y desarrollo de nuevas alfabetizaciones necesarias para participar de los nuevos espacios digitales; y en ese sentido la re-conceptualización que plantearemos en adelante es comprobable a niveles muy amplios.

Revisión teórica sobre las metamorfosis tecnológicas, políticas y culturales de la Televisión.

Es a mediados del siglo XX cuando la Televisión llega a los hogares para cambiar la relación info-comunicacional, social, política y cultural de los individuos con el mundo alejado geográficamente. En sus inicios tuvo que enfrentar con percepciones teóricas como las del *determinismo tecnológico* que planteaba que los avances tecnológicos y los desarrollos investigativos como la Televisión, se generaban a sí mismos, que: “Las nuevas tecnologías se inventan en una esfera independiente y luego crean nuevas sociedades y nuevas condiciones humanas”(Williams, 2011, pág. 26), o la perspectiva de la *tecnología sintomática* que planteaba la evolución tecnológica a partir de sí misma y marginalmente. Es decir, que se crea para luego ser adoptada y usada socialmente. Al fin y al cabo todas estas percepciones, como marcaba Raymond Williams, fueron pensadas por fuera de la sociedad y la complejidad que empezaba a generarse, a partir de la masificación de las Tics. Por ello acordamos con él cuando plantea que ninguna tecnología tiene vida propia o poderes absolutistas manipulatorios y culpables de las pobrezas humanas, tampoco que las tecnologías surgen al margen de las necesidades sociales, políticas y económicas de una sociedad. “En otras palabras rechaza(mos) la idea de caracterizar la televisión como una tecnología, sin más. No puede reducirse únicamente a eso”. (Silverstone, 2011, pág. 10)

Por su parte, en el panorama de los años 80's, Stuart Hall se suma a la compleja interpretación de los efectos de los medios de comunicación, complejizando la idea lineal de que un mensaje mandado por un emisor hacia un receptor, se recibe y multiplica socialmente, intacto. Hall con su formación en el campo lingüístico, altera el paradigma apuntando que este proceso comunicativo atraviesa un proceso de codificación y decodificación. Se trata de reconocer que las “estructuras de radiodifusión” o como las podríamos llamar actualmente las *corporaciones mediáticas multinacionales* producen “mensajes codificados en la forma de discurso significativo”, y que dichos mensajes deben cumplir con algunas reglas discursivas para que estos sean atractivos para la sociedad que los consume, y por ende se revelen como dominantes. Sin embargo, dice Hall:

Antes de que este mensaje pueda tener un “efecto” (cualquiera sea la definición), satisfacer una “necesidad” o ser afectado a un “uso” debe primero ser apropiado en tanto discurso significativo y ser decodificado significativamente. Es este conjunto de significados decodificados el que “tiene un efecto”, influye, entretiene, instruye o persuade, con consecuencias muy complejas en el plano de la percepción, de la cognición, de la emoción, de la ideología o de los comportamientos. En un momento “determinado” la estructura emplea un código y produce un “mensaje”; en otro momento determinado el “mensaje”, a través de sus decodificaciones, desemboca dentro de la estructura de las prácticas sociales.

Es así como los Estudios Culturales, con sus antecedentes críticos frente a la esencia dogmática del materialismo histórico, y su convicción político-académica; logra comprender la Televisión como una tecnología de gran envergadura comunicacional y cultural, sensible a la constricción de poderes estructurales, pero nunca a la determinación de estos; y siempre con posibilidades de usos y apropiaciones funcionales a la democracia, a los intereses públicos y a las sociedades articuladas y organizadas. Esta primera definición nos conlleva a reconocer que al tratar de contribuir con el desarrollo conceptual de la Televisión, debemos dejar claro que no se debe abordar como una tecnología con fechas de invención exactas y mucho menos con fechas de caducidad apocalípticas. Más bien, lo importante radica en continuar reconociendo como se modifica y sufre metamorfosis tecnológicas, sociales, culturales, políticas y económicas.

Es necesario entonces, en primera instancia, proponer una interpretación general de las metamorfosis políticas y económicas de la Televisión, para luego relacionarlas con las metamorfosis sociales culturales, y por supuesto las tecnológicas que tan vertiginosamente encontramos día a día en nuestras cotidianidades info-comunicacionales. En este sentido tendremos que reconocer que los dos modelos²⁰ político-económicos predominantes a

²⁰En las demás sociedades occidentales de dimensiones semejantes, la solución más frecuente fue la regulación directa de la radio y la televisión por parte del Estado, primero en el nivel de la regulación técnica y luego en el nivel de la producción de la programación

mediados del siglo XX fueron el propuesto por Norteamérica y por Inglaterra. Este último consolidó la evolución de la radiodifusión, priorizando tácitamente la comunicación como un servicio y un bien público en pos de la consolidación de la hegemonía cultural preexistente. Era el Estado en representación del erario público, principalmente, quienes patrocinaban la producción televisiva nacional. Se aseguraron de imponer una separación entre los intereses capitalistas y los intereses públicos, constituyendo así un monopolio erigido por la British Broadcasting Company (BBC) y convirtiendo así la Televisión Pública Inglesa en un proceso emblemático, que por ejemplo, inspiró a Tristán Bauer²¹ cuando diseñó y ejecutó el proyecto cultural y educativo del Canal Encuentro en la TV Pública argentina en el marco de la LSCA 26.522 del 2009. Contrariamente, el modelo Estadounidense priorizó “el primer desarrollo (que) fue comercial y luego, al margen o como un paliativo, se agregó un elemento de servicio público”(Williams, 2011, pág. 53), desde los inicios del siglo XX se venían consolidando intereses comerciales, sobre los intereses públicos, e incluso militares respecto de la investigación de la radiodifusión:

Siempre hubo presiones tendientes a asegurar el control de la radio y la teledifusión por el interés nacional, pero los fabricantes de equipos eran más poderosos para que el Estado pudiera controlarlos, y los consorcios que formaron se abrieron camino enérgica y directamente en un mercado que se expandía a gran velocidad.(Williams, 2011, pág. 50)

Esta tendencia se da en esa nación por la evolución subsecuente de Tics que fueron patrocinadas por el Estado, pero con fines militares a partir de la Primera y la Segunda Guerra Mundial, y la posterior Guerra Fría. Estos antecedentes nos permiten comprender que la evolución estructural de la Televisión proviene de las tecnologías comunicacionales que la preceden, principalmente la radio y la prensa, y aunque parezca muy lejano, podríamos decir que culturalmente influenciada también por el folletín, la literatura de cordel, la oralidad. Todas ellas, tecnologías de comunicación emergentes y acordes a las posibilidades de las sociedades en las que co-existieron, y aun hoy lo siguen haciendo.

Así, desde los inicios, la proyección de la Televisión, inicialmente Pública, ha estado supeditada a una estructura de producción, difusión y distribución dominada por el comercio. Desde los años 50 la figura del Estado se ocupaba de administrar el espectro radioeléctrico,

difundida como aún existe en, por ejemplo, Italia y Francia. En las sociedades fascistas, ese control directo del Estado fue un instrumento natural de la táctica política. En las sociedades comunistas, el control de la radiodifusión por parte del Estado se había racionalizado como la garantía y el instrumento del poder popular”. (Williams, 2011, págs. 49-50)

²¹ En el año 2008 Tristán Bauer fue nombrado director del Sistema Nacional de Medios Públicos, y en 2013, en el marco de la implementación de la LSCA 26.522, fue nombrado presidente de la Radio y Televisión Argentina (RTA). Cargo que ocupó hasta la ascensión de Mauricio Macri en diciembre de 2015. Fue en una de las jornadas de la Estancia Posdoctoral de Investigación y Desarrollo en Comunicación, Industrias Culturales y Televisión, realizada en el 2015 en la FPyCS de la UNLP y organizada por el Ceid-TV, donde el cineasta afirmó haber visto en los proyectos culturales televisivos de la BBC, una gran guía para diseñar y ejecutar el proyecto del Canal Encuentro en Argentina.

regular los contenidos que proponían las emisoras e invertir lo recaudado por publicidad. Este fue el modelo acogido por Latinoamérica a lo largo del siglo XX. El resultado: la consolidación de oligopolios mediáticos que superan el poder Estatal²², construyen e imponen representaciones hegemónicas y opacan con su poderío la consolidación de la Televisión Pública (por supuesto que existen otras vertientes para los tendientes fracasos de las TV Públicas latinoamericanas, pero esos aspectos dan para otros tantos artículos).

Lo cierto es que en los años ochenta, los avances electrónicos que mejoran cada día más la imagen y el audio de la TV, por ejemplo la llegada del color, la emisión vía satélites, la TV por cable y suscripción; representan la aceleración en boga a la modernidad por parte de Latinoamérica, todo ello inscripto en sociedades híbridas y desiguales que coexistían (y lo siguen haciendo) con esta nueva tecnología y forma cultural, entre procesos de dominación, imposición, resistencias y rediseños.

En América Latina la irrupción de esas tecnologías se inscribe en todo caso en un viejo proceso de esquizofrenia entre modernización y posibilidades reales de apropiación social y cultural de aquello que nos moderniza. ¡Se informatizan o mueren!, es la consigna de un capital en crisis, necesitado con urgencia vital de expandir el consumo informático. (Martín-Barbero, 1991, pág. 198)

Es así como entre “un modernismo exuberante con una modernización deficiente” (García Canclini, 2013, pág. 81) los latinoamericanos, incluso aquellos provenientes de sectores populares y las clases bajas, y aunque siempre llegando tarde a los disfrutes que ahora permitía la globalización (nos referimos al concepto de *brecha digital* que empieza a popularizarse en los años ochenta, pero que nosotros preferimos reconocerlo como *desigualdad digital*) comenzaron a consolidar usos y apropiaciones materiales y simbólicas. La Televisión difuminaba cada vez más las separaciones entre productos culturales de elite, de productos culturales populares y masivos:

No se trata sólo de estrategias de las instituciones y los sectores hegemónicos. Los hallamos también en la “reconversión” económica y simbólica con que los migrantes campesinos adaptan sus saberes para vivir en la ciudad, y sus artesanías para interesar a consumidores urbanos, cuando los obreros reformulan su cultura laboral ante las nuevas tecnologías productivas sin abandonar creencias antiguas, y los movimientos populares insertan sus demandas en radio y televisión. Cualquiera de nosotros tiene en casa discos y casetes en que combina música clásica y jazz, folclor, tango y salsa, incluyendo a compositores como Piazzola, Caetano Velozo y Rubén Blades que fusionaron esos géneros cruzando en sus obras tradiciones cultas y populares. (García Canclini, 2013, pág. 36)

²²Véase el caso de Clarín que durante 4 años peleó jurídicamente contra la LSCA 26.522 del 2009, hasta que ascendió en 2015 un gobierno neoliberal acorde a sus intereses económicos

La hibridación cultural de la que estamos hechos, le exigió a la Televisión producir contenidos culturales para todos los segmentos poblacionales. La Televisión por cable/suscripción, convertida en masiva en los años ochenta en los países tecnológicamente pioneros y en los años noventa y dos mil en Latinoamérica, fue definitiva para esto. Ya no solo podíamos ver representaciones (aunque hegemónicas) de nuestro país, ahora podíamos ver las representaciones hegemónicas de otros países.

A propósito de esto, por ejemplo en Colombia fue hacia 1998 cuando se adjudican las licencias a los dos canales privados que hoy fungen el monopolio mediático: Rcn y Caracol. Casi paralelo, en 1997, DirecTV entra al mercado nacional con una oferta de televisión satelital con más de 100 canales²³, sin embargo los costos eran altos, y solo las clases medias y altas podían acceder a esta nueva tecnología. Fue solo hasta muy avanzada la década de los dos mil que se amplía la población que accede a este nuevo servicio. Incluso los sectores con ingresos más bajos (pero habitando las principales ciudades; ya que en el campo el destiempo era aún más amplio) seguían accediendo a la televisión por cable, de empresas muy pequeñas que ofrecían paquetes con canales de Televisión abierta principalmente peruanos, por lo que jocosamente no se le llamaba servicio de parabólica, sino servicio de “perubólica”. Esto efectivamente conlleva a que muchos aspectos de la cultura popular peruana representados desde figuras estereotipadas en personajes como La Paisana Jacinta²⁴, fueran absorbidos y recompuestos al interior de la cultura popular colombiana. Ante esto Martín-Barbero nos invita a pensar que “Es solo en el espacio de la comicidad donde la televisión se atreve a *dejar ver* al pueblo, ese “feo pueblo” que la burguesía racial quisiera a todo trance ocultar. Solo ahí la televisión se traiciona hasta mostrar sin pudor “*las caras del pueblo*”(Martín-Barbero, 1991, pág. 256)

Por su parte, paralelo a las evoluciones que hasta ese entonces considerábamos netamente televisivas; el nuevo siglo trae consigo un aparato tecnológico, que al igual que la Televisión debe considerarse como tecnología y forma cultural, por supuesto, muchísimo más revolucionario y veloz. La llegada del teléfono celular²⁵ es el aparato digital que complejizará

23 Muchos programas fueron y son producidos por corporaciones Norteamericanas que populariza(ba)n obstanta(ba)n estilos de vida acordes al proyecto capitalista de este país. Ejemplos actuales de eso son los programas El precio de la historia o El Socio emitidos por History Channel, o El Aprendiz del cual hacía parte Donald Trump, actual presidente de USA. O para ser más académicos, El Pato Donald que fue tan profundamente analizado por Armand Mattelard en su libro Para Leer al Pato Donald.

24 Las características que en conjunto representaban una chola venida de la sierra peruana a la capital, eran bastante violentas porque desde la comicidad, construían aspectos muy negativos sobre las campesinas que migraban a la ciudad. Era estúpida, sucia, analfabeta, vulgar.

25 Debemos aclarar que la primera tecnología celular comercial, denominada “la era 1G: Celular análogo” se estableció a principios de los ochenta en países de Europa como Suecia, Dinamarca, Noruega y Finlandia. “la era 2G: Celular digital (...) arribó en 1990 (...) Si bien soporta la transmisión de voz con gran velocidad, es limitada para comunicación de datos, no obstante puede brindar servicios auxiliares como datos, fax y mensajes cortos”. “La era 3G: Multimedia celular” empieza a operar en los años 2000 y “se caracteriza por permitir una amplia convergencia de voz y datos con acceso inalámbrico a internet...” (Ruelas, 2013) En la actualidad contamos con la tecnología 4G, la cual

masivamente todo el panorama que conocíamos respecto de los medios de comunicación. No crean que estamos olvidando el computador y la Internet, es solo que este aparato y su articulación con la Red Telefónica del momento, eran mucho más complejos tecnológicamente que el celular, nunca fueron ampliamente masivos por los altos costos en su adquisición. De hecho, por la rapidez de la inserción social del celular, se plantea que "(...) es quizá junto con el televisor, el artefacto electrónico que se ha adaptado con mayor rapidez y fruición por todas las clases sociales" (Ruelas, 2013, pág. 12)

Rápidamente el teléfono celular pasó de ser un aparato exclusivamente para hacer llamadas de voz, a ser un aparato que posibilitaba intercambio de texto y posteriormente video. Las actualizaciones propuestas por el mercado, muchas veces superaban las posibilidades económicas de los usuarios de menos ingresos y de generaciones mayores para actualizarse constantemente. Ese fue solo el inicio de la convergencia tecnológica y la amplia hibridación cultural y mediática que atravesamos hoy; pues actualmente los teléfonos inteligentes se están consolidando como los dispositivos más utilizados por los jóvenes para acceder a plataformas, aplicaciones y contenidos audiovisuales; afianzando las nuevas generaciones como *audiencias móviles* (Gómez Rodríguez, 2013) y dispersas²⁶.

Según (Scolari, 2013) el ecosistema mediático de finales del siglo XX y principios del XXI le ha exigido a los comunicólogos estudiar conceptos acordes con la evolución tecnológica. Se refiere, por ejemplo que en los años noventa los conceptos que primaban eran *Interactivo* o *Multimedia*; posteriormente en los años dos mil el concepto de *Convergencia* empieza a tener protagonismo, para ser acompañado por el concepto de *Transmedia* o más puntualmente *Narrativas Transmedia (TransmediaStorytelling)* acuñado por Henry Jenkins. Eran y son actualmente las principales características del flujo de contenidos en el ecosistema mediático: "Se hibridan medios, se extienden narrativas y la audiencia produce contenidos en lo que Jenkins, Ford y Green (2013) denominan 'cultura participativa'". (Gómez Rodríguez, 2013, pág. 150)

Es así como las condiciones de convergencia tecnológica para que sea posible una "cultura participativa" se podrían definir a partir de tres aspectos. El primero radica en la liberación y

garantiza, a diferencia de las anteriores tecnologías, una velocidad de 100 Megabits por segundo en movimiento y 1 Gigabits por segundo en reposo. Cabe aclarar que la tecnología 5G llegará pronto.

²⁶ "El 'Estudio de hábitos digitales' de Merca2.0, indica que un 43 por ciento de los usuarios de redes sociales se conectan a estas plataformas mediante un celular o teléfono inteligente, mientras que un 9.4 por ciento lo hace a través de una tableta electrónica". (Gómez Rodríguez, 2013, pág. 155)

"Todos los estudios realizados en Estados Unidos y Europa un cambio rápido al respecto, sobre todo entre los jóvenes que pasan del consumo "lineal" de TV hacia un consumo "diferido" y "a la carta" en una segunda pantalla (computadora, tableta, *Smartphone*). De receptores pasivos, los ciudadanos-televidentes pasan a ser, mediante el uso masivo de las redes sociales, productores-difusores" (Ramonet, 2014, pág. 13)

el acceso del conocimiento "que consiste en la múltiple posibilidad de comunicarse y construir contenidos comunicativos, independientemente de los soportes de producción y de recepción basados sólo en la transmisión multidireccional". (Orozco, 2013, pág. 7) Pero hay que aclarar que a pesar de la apertura info-comunicacional que libera el conocimiento *glocal*; la centralización mediática sigue existiendo, los nuevos monopolios mediáticos (Facebook, Twitter, Youtube, Microsoft, Amazon, Apple) se reafirman como los nuevos poseedores de datos e información personal, política y económica sobre los millones de usuarios *online*. Como lo plantea la investigadora José Van Dick, el nuevo oro son los datos que estas compañías poseen de nosotros. De hecho se conoce que estas empresas acordaron recientemente una coalición empresarial llamada Global Internet Forum to CounterTerrorism, el cual tiene como objetivo controlar a partir de "políticas y prácticas de eliminación" contenidos "terroristas en la Red"²⁷. Los cuestionamientos que surgen a partir de esta coalición de control, están evidentemente relacionados con los nuevos límites del control mediático convergente. Ante esto Ignacio Ramonet nos pide que "No nos olvidemos de que una sociedad conectada es una sociedad espía y una sociedad espía es una sociedad controlada (2014:18). Por ello el ecosistema mediático y las actuales características de convergencia "no define un espacio intrínsecamente democrático, sino un lugar de intercambio de experiencias de variada índole, significativas en términos de la comunicación y socialización de los asuntos que competen a cada grupo (Winocur, 2013, pág. 71).

Finalmente, la tercera característica que resaltamos sobre la convergencia está referida a la metamorfosis sociocultural de las audiencias, es decir, las nuevas dinámicas de escogencia sobre contenidos, los dispositivos que usan y la forma de consumirlos:

La convergencia trae consigo cambios socioculturales profundos y se caracteriza por el flujo de contenidos a través de plataformas múltiples, lo que involucra la cooperación entre las industrias de los medios para producirlos y distribuirlos, así como una conducta migratoria de las audiencias entre medios para buscar el tipo de contenido que desean tener. Esto significa una intervención más activa de su parte. Así, los contenidos que originalmente se producen para la televisión, ahora se pueden ver a través de múltiples pantallas (iPod, iPad, laptops, PC, teléfonos inteligentes) (Jenkins 2006) citado por (Gómez Rodríguez, 2013, pág. 149)

Por su parte, cuando proponemos relacionar el concepto de hibridación cultural y mediática, a la actual Televisión, nos referimos al reconocimiento de que los contenidos audiovisuales producidos, vistos y difundidos, por los tradicionales productores o por los nuevos *prosumidores*, a través de las diferentes plataformas ya no pueden ser catalogados tan

²⁷ Información tomada de la nota periodística del diario El Espectador Colombia publicado el 26 de junio de 2017, 3:53 p.m. Enlace: <http://www.elespectador.com/tecnologia/facebook-twitter-y-youtube-bloque-contra-el-terrorismo-articulo-700166>

fácilmente por géneros, definidos por tiempos de duración o estéticas tradicionales. Evidentemente no podemos dejar de mencionar la amplia acogida que tienen las series producidas por la televisión *OnDemand*, pero a lo que nos referimos principalmente es a los contenidos de la *Red*: a los *Gifts*, los *memes* que "automáticamente" invaden las redes a partir de alguna coyuntura política, económica, de entretenimiento; las escenas cómicas de videos caseros que en el siglo pasado eran compilados por productores y editados para ser parte de programas cómicos, pero que hoy son vistos fragmentadamente a lo largo del muro de Facebook o Instagram; los mensajes de reflexión, unos moralistas, otros prejuiciosos, algunos libertarios o revolucionarios, quizá poéticos o históricos, pero todos recibidos e interpretados por alguien que agradece leerlos para seguir bien su día; es decir, todas las respuestas audiovisuales que se *viralizan* en la red sobre sucesos actuales, escándalos políticos, de farándula, deportivos, todo aquello hace parte de la multidireccionalidad del flujo cultural que nos caracterizaba Raymond Williams, cuando apenas era incipiente, y que hoy supera evidentemente la producción, difusión y visualización de los contenidos del televisor-mueble y los canales tradicionales:

El tiempo de visita a redes sociales es de ciento treinta y ocho minutos diarios para Facebook, ciento treinta y siete para Whatsapp; en cambio para la TV es de sólo ciento treinta y tres minutos. Si se suman todos los tiempos de visitas a las redes sociales, el tiempo de exposición diaria a las redes es de cuatrocientos ochenta minutos, equivalentes a ocho horas diarias, mientras el de la TV es de sólo ciento treinta y tres minutos, equivalentes a dos horas con trece minutos. (Ramonet, 2014, pág. 17)

Puntualizamos esto, porque cuando revisamos bibliografía que se ocupa de reflexionar frente a la convergencia mediática, encontramos como una constante que las Redes Sociales Virtuales son reconocidas solo como apéndices o extensiones de lo que pasa en la Televisión, como plataformas útiles para evidenciar las opiniones de los espectadores, para posibilitar las interacciones y por supuesto como bases de datos para *Merchandising*; sin embargo con los estudios que hemos realizado recientemente en el marco de la tesis doctoral que esbozamos arriba, nos permitimos proponer que las Redes Sociales Virtuales actualmente funcionan también como plataformas televisivas. Que es Televisión todos los contenidos que circulan en la Internet. ¿Por qué?! Porque existen estudios cualitativos y cuantitativos que evidencian, incluso el realizado por nosotros, que las audiencias además de ser cada día más fragmentadas, abandonan la forma tradicional de ver Televisión en familia y frente al televisor-mueble; para acceder a noticias, programas que ya no emiten en las programaciones tradicionales, eventos deportivos, sucesos locales, etc, por medio de las Redes Sociales

Virtuales y las plataformas digitales, es decir que actualmente la autoprogramación que hacemos los usuarios se caracteriza por *Flujos yuxtapuestos*.

Es así como la función de programar contenidos audiovisuales también se gesta al interior de pequeños grupos sociales que consolidan la *Inteligencia colectiva* (amigos, conocidos, familiares, extraños que hacen parte de nuestras Redes Sociales Virtuales) Ver videos virales o familiares en WhatsApp, ver Transmisiones en Vivo en Facebook, o álbumes en Instagram, o videos musicales en YouTube, todo ello es ver televisión ¿o acaso no es esa la característica fundacional de la Televisión como tecnología y forma cultural? ¿La de acercar el mundo a los individuos?

En ese sentido se amplían, como nunca antes, las posibilidades de generar representaciones sociales y culturales que contrarresten esas hegemónicas y estereotipadas que durante tanto tiempo se le criticaron a la Televisión monopólica:

Las conversaciones estaban ahí, pero no las escuchábamos ni las veíamos ni nos interpelaban a través de los medios. Así, retomando la noción de culturas emergentes propuesta por Rossana Reguillo (1999), las redes hacen posible la visibilización de sujetos, colectivos, problemas y culturas que no entraban en el monologo mediático de la comunicación masiva. (Repoll, 2013, págs. 50-51)

Por supuesto que generalmente los alcances serán micro-sociales, porque muchos de esos contenidos que veremos y que verán aquellas personas que hacen parte de nuestras Redes, son reprogramados cada vez que le damos *Me Gusta* a una página, a un político, a una celebridad o a un evento; entonces los alcances de lo que vemos, producimos o difundimos puede no ser de gran alcance, pero de antemano nos garantiza ser parte de una *Red Social-Tecnológica-Cultural* a la que antes de la digitalización era imposible lograr.

Si bien los roles de productor o generador de contenidos solo por la acción de "compartir", no se consolida a partir de una formación o incluso no tienen una responsabilidad profesional como la que han tenido históricamente los periodistas o los editores de medios informativos; si es importante pensar sobre la importancia de las alfabetizaciones necesarias para las nuevas competencias digitales. Principalmente para las poblaciones a las que históricamente, por diversas desigualdades les cuesta llegar "a tiempo". Nos referimos por ejemplo a los adultos mayores o a poblaciones vulnerables que por condiciones específicas sociales y económicas se les dificultan los accesos.

Es allí donde radica la importancia de seguir fortaleciendo la educación, la crítica y la reflexión *OffLine*, porque los conocimientos preestablecidos para acceder a estos nuevos contenidos y nuevas formas de ser parte de ellos, son determinantes. A propósito de esto Henry Jenkins plantea que existe "un conjunto de competencias y habilidades sociales que la población necesita para el siglo XXI." (Gutiérrez Martín, 2013, pág. 100) que se denomina "nuevas alfabetizaciones". A propósito de esta denominación, Gutiérrez plantea la "alfabetización múltiple" que estaría compuesta por las alfabetizaciones mediáticas, digitales, y multimodales; cuestiones que son claramente necesarias para las nuevas formas de intercambiar bienes simbólicos, o para simplificarlo, necesarias para las nuevas formas de ver y hacer contenidos audiovisuales, es decir, Televisión.

En este panorama creemos necesario sumar a las alfabetizaciones que nombra Gutiérrez, una muy particular que hace parte de un legado pedagógico propuesto por Paulo Freire y que se refiere a la "lectura del mundo con una alfabetización crítica". Pues entre los nuevos contenidos que se pueden encontrar en las Redes Sociales Virtuales abundan los *Fakes* que logran engañar desde profesores universitarios que replican indignados situaciones políticas, culturales o sociales que nunca ocurrieron; hasta editores o periodistas que replican noticias sin verificar las fuentes, para luego tener que eliminar el contenido de sus páginas oficiales: los *Fake News*.

Tal como ocurrió con la noticia de un pastor en Zimbabwe que supuestamente había intentado nadar sobre las aguas como lo hizo Jesús, pero que en su intento fallido había sido devorado por cocodrilos. Esta noticia informada por el Daily Post de Nigeria, que fue tomada por ellos del diario local Zimbabwe Herald; posteriormente fue replicada por diarios Británicos de alto prestigio como The Telegraph o The Independent. Lo cierto es que la bola de nieve informativa fue descubierta cuando la noticia dejó de existir en la página oficial del pequeño diario el cual había tomado como fuente la página National News Bulletin que es la versión africana de la famosa página de sátira Actualidad Panamericana²⁸.

Esto es solo una experiencia de todo lo que hace parte del *Fast Thinking*²⁹ que logra convertir en difusas las líneas divisorias de lo informativo y lo cómico, de lo veraz y la *posverdad*, que

²⁸Información obtenida del diario El Espectador edición virtual. Publicado el 15 de mayo de 2017 a las 8:28 p.m. y consultado el 4 de julio de 2017. <http://www.elespectador.com/noticias/actualidad/el-pastor-devorado-por-cocodrilos-otra-falsa-noticia-que-inunda-la-red-articulo-693997>

²⁹"Frente a la deliberación, optamos por la frenética discusión y el ruido de lo anecdótico; frente al sosiego analítico preferimos el *Fast-thinking*; frente a la privacidad optamos por la invasión de la intimidad (Redondo 2012); frente a la discusión abierta y plural optamos por la selección de nuestra red relacional y la exclusión de *redes adversas*." (Redondo Rodelas, 2013, pág. 230)

IX Jornadas de Jóvenes Investigadores
Instituto de Investigaciones Gino Germani
1, 2 y 3 de Noviembre de 2017

en conjunto aportan a la construcción de opiniones públicas que nacen en las Redes Sociales Virtuales y se replican en discusiones *Off Line*.

A propósito de ello, relevamos otra característica que cambia en las Redes Sociales Virtuales frente a la concepción que generalmente tenían los espectadores de la TV tradicional. Generalmente la palabra de la Televisión era recibida como una palabra de verdad y oficial, por lo menos la de los informativos y los programas de opinión y periodísticos; pero en relación a los contenidos de las Redes Sociales Virtuales, es mucho más común que los usuarios consideren por defecto que mucha de la información que allí se comparte, puede ser *Fake*; sin embargo la *alfabetización crítica* garantizaría no solo el fortalecimiento para filtrar *Fakes*, sino también para reconocer críticamente muchas intenciones ideológicas y políticas lanzadas adrede y replicadas por los denominados *Trolls*.

En nuestro estudio, incluso personas con mínima educación formal, o incluso ninguna formación formal, consideran que hay que ser cauteloso con estos contenidos. Esto determina que la *alfabetización crítica* a la que nos referimos no está intrínsecamente relacionada con la educación formal, sino que se trata de una formación, si se quiere paralela o en función de las nuevas dinámicas info-comunicacionales digitales.

Por ello quizá los usuarios a quienes entrevistamos y encuestamos se sienten más cómodos al adherir a sus contactos o sus fuentes de referencia *On Line*, los perfiles de medios de comunicación tradicionales y conocidos ya en otros formatos anteriores como la TV tradicional y la radio, consolidando así la continuación en la centralización de su información.

Esta es otra característica que relevamos y que se mantiene en las Redes Sociales Virtuales, frente al consumo de la programación en la TV tradicional, pues es simplemente otra manera de elegir los canales de información o entretenimiento, y cuando hablamos de canales en la nueva era digital nos referimos también a perfiles de personas o personalidades reconocidas; con los que nos sentimos más cómodos para interactuar y algunas veces obviar debates o malos momentos con aquello que no hace parte de nuestra forma de interpretar las realidades sociales, culturales, políticas, económicas y de entretenimiento. Sin embargo en este nuevo ecosistema mediático, cerrar o delimitar las fuentes de información y comunicación, es también contraproducente con la necesidad, e incluso las posibilidades, de tener una visión más amplia del mundo, o para ser más precisos, de las representaciones sobre él; que nuevamente estaría siendo sesgado, ahora no por la programación de las estructuras de la

radiodifusión, sino simplemente por el recorte de nuestras escogencias. Porque si bien los panoramas de la democracia y la descentralización no se modifican en gran medida; el de la pluralidad de voces, por muy pequeñas que sean, si se ha modificado; así que no hay excusa al pensar que en el momento que se requiere información diversa para consolidar posiciones políticas, por ejemplo, se tiene la posibilidad de revisar diferentes puntos de vista.

Ante estas consideraciones (Redondo: 2013) se refiere despectivamente a la calidad y la contundencia que pueden llegar a tener las discusiones políticas *On Line*. Plantea que son inocuas, volátiles, insustanciales y líquidas (refiriéndose a Bauman); sin embargo nosotros nos preguntamos ¿Son estas discusiones, multiplicadas por millones y millones, más inocuas que aquellas que se daban en el living apartado de cada casa cuando solo se discutía con la familia a la hora de la cena? Nosotros creemos que no, y lo planteamos por procesos políticos y sociales muy concretos que emergieron *On Line*, para replicarse *Off Line*; nos referimos por ejemplo a los casos #Yosoy132 en México y a #Niunamenos en Argentina.

Así como la radio de antena y la prensa impresa siguen siendo consumidas, principalmente; por generaciones mayores, las Redes Sociales Virtuales son los nuevos espacios de la juventud globalizada, espacios para gozar, expresar y producir (Rincón, 2014). Es allí donde se construyen nuevas narrativas, estéticas, discursos y lenguajes. No hay vuelta atrás, la Televisión es Youtube, Facebook, Whatsapp y todo lo que vendrá en articulación con estas plataformas.

En el 2014 Mark Zuckerberg, uno de los fundadores de Facebook, decía que el futuro de su red era el video: “Hace cinco años la mayor parte del contenido de Facebook era texto, ahora evoluciona hacia el video, porque cada vez es más sencillo grabar y compartir”. Si creíamos que se refería a las transmisiones en vivo que ahora podemos realizar en cualquier momento, estábamos equivocados, esa fue solo una herramienta de transición para lo que realmente tienen pensado hacer. Pues fue recientemente conocido que Facebook comenzó a financiar la producción de series de video, para ser emitidas en su plataforma mediante una nueva pestaña de video que aún no ha sido lanzada. De este modo, Facebook entra a competir formalmente en la Televisión, siendo así una competencia directa para los canales de cable, más que para los servicios *OnDemand* de Netflix o HBO:

Facebook financiará dos tipos de programas: un puñado de series más caras de productoras de televisión consagradas que tardarán unos meses en producirse (se las llama programas de héroes) y un conjunto de videos más cortos y baratos de editoras como Vox Media Inc. y

BuzzFeed Inc. (llamados programas spotlight). Todos los programas se darán por episodios y estarán diseñados para estimular la conversación entre los usuarios de Facebook.³⁰

Así que nos queda esperar de qué se trata esta nueva incursión, que de una u otra forma, estaría reafirmando los planteamientos que venimos proponiendo respecto de la re-conceptualización de la Televisión.

Palabras finales.

Hablamos de palabras y no de conclusiones, porque lo propuesto aquí se postula más como un aporte que suma a la re-conceptualización de la Televisión, que como una conclusión de cierre en el tema abordado. Sin embargo, consideramos que a partir de un conocimiento empírico localizado y la revisión teórica pertinente, hemos logrado justificar los aportes que proponemos incluir en relación a la re-conceptualización de la Televisión. Nos referimos a que constatamos que incluso al interior de poblaciones vulnerables como las que mencionamos en esta investigación, están ocurriendo cambios significativos en los modos de ver y hacer contenidos audiovisuales que no pasan por las programaciones de lo que hasta ahora hemos concebido como Televisión, sino que son contenidos distinguidos por nuevos formatos, estéticas y lenguajes propios de las redes sociales virtuales y las plataformas digitales que reconfiguran la producción, difusión y visualización. Es así como proponemos incluir dentro de la definición de Televisión los bienes simbólicos o flujos que viajan multidireccionalmente en estos nuevos espacios.

Por supuesto que no podemos dejar de reconocer que los roles que podrían posibilitar representaciones sociales y culturales al interior de estas poblaciones aún son caracterizadas por la timidez o en algunos casos resistencias, o la falta de fortalecimiento en las nuevas alfabetizaciones que requieren estos espacios comunicacionales, pero consideramos que la información obtenida en nuestra intervención, es funcional para justificar nuestra propuesta teórica.

Por otra parte, también es importante reconocer que la nueva radiografía de los sistemas comunicacionales no han modificado las características centralizadas y monopolísticas que han estado presentes en los anteriores medios de comunicación impresos y analógicos. Sin embargo el panorama es mucho más complejo, porque sí es una realidad, que nunca antes habíamos podido, tan amplia y velozmente, intercambiar bienes simbólicos a nivel global.

³⁰ Información tomada de la versión digital del diario El Espectador Colombia. Publicada el 18 de junio de 2017 -9:16 a.m. Link: <http://www.elespectador.com/tecnologia/facebook-financiera-sus-propias-series-de-video-articulo-698934>

Esto permite que poblaciones vulnerables como las mencionadas en este artículo, logren generar también sus propias redes comunicativas y logren ser parte, aunque con las desigualdades históricas que las caracterizan, de los cambios tecnológicos y culturales que demandan las TicsD.

Nuestra revisión también permite evidenciar que los procesos de usos y apropiaciones sociales, culturales y tecnológicas se caracterizan por temporalidades diferenciadas. Nos referimos a que no se puede obviar que Europa y Norteamérica son las zonas históricamente pioneras en estos procesos, porque son ellas quienes lideran la investigación y la comercialización de las TicsD; cuestión que determina entonces que en América Latina estos procesos son caracterizados por los destiempos, que de una u otra forma, genera procesos híbridos que están ligados también con la falta de apoyos institucionales desde los Estados y gobiernos frente a los procesos en las alfabetizaciones pertinentes para ser parte activa en la era digital, es decir, para achicar la famosa *brecha digital*.

Bibliografía.

- Cabrera Paz, J. (2001). *Náufragos y navegantes en territorios hipermediales: experiencias psicosociales y prácticas culturales en la apropiación del internet en jóvenes escolares*. Bogotá: Universidad de los Andes.
- Cebrelli, A., & Arancibia, V. (2005). *Representaciones sociales: Modos de mirar y de hacer*. Salta: Consejo de Investigación de la Universidad Nacional de Salta.
- Estrada Álvarez, J., Fajardo Montaña, D., Giraldo Moreno, J., Molano Bravo, A., Moncayo Cruz, V. M., Vega Cantor, R., y otros. (2015). *Conflicto Social y Rebelión Armada en Colombia*. Bogotá D.C.: Gentes del Común.
- García Canclini, N. (2004). *Diferentes, desiguales y desconectados*. Barcelona: Gedisa Editorial.
- García Canclini, N. (2013). *Culturas Híbridas: Estrategias para entrar y salir de la modernidad*. Buenos Aires: Paidós.
- Gómez Rodríguez, G. (2013). Desafíos y Perspectivas de las televisoras y las audiencias ante la convergencia. En G. O. (Comp), *TVMORFOSIS 2: Convergencia y escenarios para una televisión interactiva* (págs. 149-166). Guadalajara - México: Universidad de Guadalajara.
- González, L. J., & García Germanier, F. (2013). Televisión y Tecnologías en América Latina. En S. M. Pauloni, *TV Digital: Un dialogo entre disciplinas y multipantallas* (págs. 47-61). La Plata: Universidad Nacional de La Plata.
- Gutiérrez Martín, A. (2013). Televidentes en-red-ados: Educación mediática para el usuario interactivo. En G. Orozco, *TVMorfosis 2. Convergencia y escenarios para una televisión interactiva* (págs. 87-106). Guadalajara - México: Universidad de Guadalajara.
- Grimson, A. (2011). *Los límites de la cultura: Crítica de las teorías de la identidad*. Buenos Aires: Siglo Veintiuno Editores.
- Grossberg, L. (1996). Identidad y estudios culturales: ¿No hay nada más que eso? En S. D. Hall, *Cuestiones de identidad cultural* (págs. 148-180). Madrid- Buenos Aires: Amorrortu Editores.

IX Jornadas de Jóvenes Investigadores
Instituto de Investigaciones Gino Germani
1, 2 y 3 de Noviembre de 2017

- Hall, S. (1996). ¿Quién necesita "identidad"? En S. Hall, & P. Du Gay, *Cuestiones de identidad cultural* (págs. 13-39). Buenos Aires: Amorrortu Editores.
- Hall, S. (2010). *Sin Garantías: trayectorias y problemáticas en estudios culturales*. Bogotá, Popayan, Lima, Quito: Envió editores, Instituto de Estudios Peruanos, Pontificia Universidad Javeriana, Universidad Andina Simón Bolívar.
- Labate, C. (2016). La televisión pública es el canal que nunca se ve. Estudio de las políticas de comunicación para Canal 7 de Argentina y TV Brasil (2003 - 2011). Quilmes, Argentina: Universidad Nacional de Quilmes.
- Martínez Miranda, R., & Arellano Hernández, A. (2004). Reseña: La contribución antropológica de la tecnología a la antropología cultural. *Convergencia. Revista de Ciencias Sociales* , 375-380.
- Martín-Barbero, J. (1991). De los medios a las mediaciones: Comunicación, cultura y hegemonía. Ciudad de México: Editorial Gustavo Gili.
- Medina, M. (2003). La cultura de la tecnociencia . En C. Bueno, & S. M. Josefa, *Nuevas Tecnologías y Cultura* (págs. 29-74). México D.F. : Anthropos.
- Murolo, L. (2015). *Hegemonía de los sentidos y usos de las tecnologías de la comunicación por parte de jóvenes del conurbano bonaerense sur. Estudio realizado en Quilmes 2011-2014* . La Plata: Universidad Nacional de La Plata.
- Nemirovski, O. M. (2013). TV Digital, Un nuevo modelo cultural. En S. M. Pauloni, *TV Digital: Un dialogo entre disciplinas y multipantallas* (págs. 13-32). La Plata: Universidad Nacional de La Plata.
- Noscué, M. E., & Angulo, A. (2011). *Desplazamiento forzado, experiencias y medios de comunicación: experiencia de intervención social realizada en Colombia, Santiago de Cali, barrio Pizamos I*. Santiago de Cali: Universidad del Valle, Escuela de Comunicación Social y Periodismo.
- Orozco, G. (. (2013). TVMorfosis 2. Convergencia y escenarios para una televisión interactiva. Guadalajara - México: Universidad de Guadalajara.
- Pauloni, Silvina. (2013)*TV Digital: Un dialogo entre disciplinas y multipantallas*. La Plata: Universidad Nacional de La Plata.
- Ramonet, I. (2014). La televisión pública en la era de la TV everywhere . En G. Orozco, TVMorfosis 4. Televisión Everywhere (págs. 13-20). Guadalajara - México: Universidad de Guadalajara.
- Redondo Rodelas, J. (2013). Transformaciones convergentes en procesos informativos: El periodismo ciudadano. En G. (. Orozco, TVMorfosis 2. Convergencia y escenarios para una televisión interactiva (págs. 229-247). Guadalajara - México: Universidad de Guadalajara.
- Repoll, J. (2013). La ilusión de la participación. Volver a las mediaciones: Del otro lado a muchos lados. En G. (. Orozco, TVMorfosis 2. Convergencia y escenarios para una televisión interactiva (págs. 37-53). Guadalajara - México: Universidad de Guadalajara.
- Rincón, O. (2013). Manifiesto por una televisión posible. En S. M. Pauloni, *TV Digital: Un dialogo entre disciplinas y multipantallas* (págs. 86-136). La Plata: Universidad Nacional de La Plata.
- Rincón, O. (2014). Del webeo al placer de contar. Acerca de las audiencias productivas y los medios públicos. . En G. (. Orozco, TVMorfosis 4. Televisión Everywhere (págs. 57-76). Guadalajara - México: Universidad de Guadalajara.
- Ruelas, A. L. (2013). El teléfono celular: Su incorporación a la vida social. México D.C.: Universidad Autónoma de Sinaloa, Juan Pablos Editor.
- Santos, M. J., & Márquez, M. T. (2003). Trayectorias y estilos tecnológicos. Propuestas para una Antropología de la tecnología. En C. Bueno, & M. J. Santos, *Nuevas tecnologías y cultura* (págs. 75-97). México DF: Anthropos.

IX Jornadas de Jóvenes Investigadores
Instituto de Investigaciones Gino Germani
1, 2 y 3 de Noviembre de 2017

Santos, M. J., & Bueno, C. (2003). *Nuevas tecnologías y cultura*. Rubí (Barcelona - España), Ciudad de Mexico (Mexico): Anthropos Editorial - Universidad Iberoamericana .

Scolari, C. (2013). *Narrativas Transmedia. Cuando todos los medios cuentan*. Barcelona: Sello editorial de Centro Libros PAPP, S. L. U. Grupo Planeta.

Silverstone, R. (2011). Prefacio de la nueva edición. En R. Williams, *Televisión: Tecnología y Forma Cultural* (págs. 9-15). Buenos Aires: Paidós.

Squirra, S. (2015). Cibervisión: La metamorfosis de la televisión. En G. Orozco, *TVMorfosis 4 Televisión Everywhere* (págs. 35-55). México D.F. : Tintable, Universidad de Guadalajara.

Walsh, C. (2003). *Estudios culturales latinoamericanos retos desde y sobre la región andina*. (C. Walsh, Ed.) Quito: Universidad Andina Simón Bolívar Abya-Yala.

Williams, R. (2011). *Televisión: Tecnología y Forma Cultural* . Buenos Aires: Paidós.

Winocur, R. (2007 Número 73). Nuevas tecnologías y usuarios: La apropiación de las TIC en la vida cotidiana. *TELOS. Revista de Pensamiento sobre Comunicación, Tecnología y Sociedad*

Winocur, R. (2013). ¿Estar todo el tiempo conectdos vuelve a los ciudadanos más críticos frente al poder y toleratnes con los diversos? En G. Orozco, *TVMorfosis. Convergencia y escenarios para una televisión interactiva* (págs. 71-85). Guadalajara - México: Universidad de Guadalajara.

Winocur, Rosalía; Sánchez Vilela, Rosario. (2016). *Familias pobres y computadoras: Claroscuros de la apropiación digital*. Montevideo: Planeta.