

CENTRO DE ESTUDIOS
SOCIO CULTURALES



JÓVENES, ENTORNO DIGITAL Y MEDIOS. EL PASO DEL MODELO DE INTERACCION AL MODELO DE INTERACTIVIDAD

RAÚL ZARZURI CORTÉS
ROSARIO PUGA MOLLER

TECNOLOGIAS
CULTURAS
JUVENILES
PUBLICACIONES
DOCUMENTACION
GENERO
SEXUALIDAD
CIUDAD Y
MIGRACION

cesc@cesc.cl
www.cesc.cl



Santiago de Chile, Noviembre 2017

JÓVENES, ENTORNO DIGITAL Y MEDIOS. EL PASO DEL MODELO DE INTERACCION AL MODELO DE INTERACTIVIDAD¹

**RAÚL ZARZURI CORTÉS²
ROSARIO PUGA MOLLER³**

Partimos señalando que estamos en presencia de un cambio cultural que ha originado un entorno que se caracteriza por lo digital, produciendo lo que se denomina una cultura digital, donde los distintos medios que pululan en esa cultura, permiten que los sujetos, para este caso, los jóvenes, hijos predilectos de esa cultura, alguna vez llamados por Prensky (2001) “nativos digitales”, sean en primer lugar pantallas, lo que construye una nueva forma de relacionarse como audiencias, ya no como meros sujetos contemplativos (consumidores), sino también, y al mismo tiempo, como productores conectados, cuya característica principal es el funcionamiento en red o a través de redes sociales que ejercen cada vez más influencia en todos nosotros pero particularmente en ellos, configurando sujetos que estructuran trayectorias nómades, tanto en la red como en la vida: ‘nómades digitales, nómades tecnológicos, nómades de la vida’, cuestión que permite señalar que estamos frente a una nueva generación de sujetos, distinta de otras generaciones (Zarzuri, 2014). Como señala Heredia (2012):

“Las audiencias de ayer —esas que fueron comprendidas por la lupa de la teoría de los efectos; que nacieron, crecieron y se multiplicaron con los medios masivos de comunicación; que se midieron durante años por el rating; que heredaron la contemplación como parte de sus rutinas mediáticas;

¹ Texto publicado en el Libro: Avendaño, Claudio & Del Valle, Carlos (2018): Medios en Chile. Ediciones Universidad de la Frontera, Temuco, Chile

² Coordinador del Centro de Investigaciones Sociales (CIS) de la Escuela de Sociología Universidad Academia de Humanismo Cristiano y profesor de dicha escuela. Investigador del Centro de Estudios Socioculturales (CESC). Doctor © en Educación. Sociólogo y Magíster en Antropología y Desarrollo. Ha desarrollado investigación en el área de estudios culturales y culturas juveniles, dirigiendo diversos proyectos de investigación y publicado diversos artículos y libros sobre culturas juveniles urbanas, televisión y medios, participación política juvenil, cultura juvenil y cultura escolar y, violencias juveniles. rzarzuri@gmail.com

³ Investigadora y Secretaria Ejecutiva del Centro de Estudios Socioculturales (CESC). Estudio Teología en la Universidad Católica y Comunicación audiovisual con mención en Cine en el Instituto ARCOS. Ha diseñado estrategias comunicacionales para organizaciones sociales, colectivos y grupos de investigación y modelos de comunicación organizacional dirigidos a proyectos de interés público, así como modelos de capacitación para el desarrollo de liderazgo. Tiene una amplia trayectoria en periodismo ciudadano, fundamentalmente en radio y ha desarrollado investigación en el campo de la libertad de expresión, género, educación y medios y audiencias. ladiosaodiosa@gmail.com

que vieron la tele, escucharon la radio y leyeron el periódico con unos rituales, tiempos y hábitos determinados; que se configuraron como masa anónima durante el siglo XX— definitivamente experimentan un cambio, un desplazamiento hacia nuevos territorios donde el fenómeno de la conexión ha determinado nuevos roles, como la posibilidad de convertir a las audiencias en productoras de contenidos y en el centro de la escena mediática (Heredia, 2012:2. En Zarzuri, 2014)).

¿Qué supone esto? que los jóvenes transitan a formas más complejas de ser y estar en los medios, las pantallas y el mundo digital (Zarzuri, 2014). Citando nuevamente a Heredia: “Y ahora somos, en simultáneo, 1.0 (silencio), 2.0 (masa), 3.0 (comunidad) y 4.0 (celebrities ciudadanas) [...] las audiencias tienen la palabra, son el sentido, construyen el mensaje [...]. Y lo que viene es romper la pantalla, escribirla de nuevo, pero en oralidad digital” (Rincón, 2012: 179-180. En: Verónica Heredia, 2012:4).

Está claro entonces, que la penetración de las tecnologías ha modificado la relación que tiene los jóvenes con los medios de comunicación a partir de la introducción de internet y del desarrollo de plataformas inteligentes disponibles como son los dispositivos móviles (Zarzuri, 2014). Así, la consolidación de la penetración de este tipo de dispositivos ha modelado los usos de la información de los jóvenes chilenos, generando practicas cuyo carácter dinámico dificulta su análisis pero que por sus características determinan contenidos y sentidos de las identidades juveniles.

A partir del aumento de esos impactos y de la consolidación del entorno digital como entorno cultural, se puede postular que estamos en una nueva etapa en la apropiación de las Tecnologías de la Comunicación e Información (TIC) como componente de las prácticas sociales de los jóvenes.

El presente artículo, quiere entregar algunas pistas de esto, para lo cual se realizará una breve caracterización del entorno digital actual, sin ser exhaustiva, para entrar posteriormente introducirse, en la nueva configuración que ha supuesto el tránsito del modelo de interacción al modelo de interactividad con el entorno digital por parte de los jóvenes

I.- BREVES NOTAS DEL ENTORNO DIGITAL EN CHILE

Según datos de la Subsecretaría de Telecomunicaciones (SUBTEL) 2016, para el primer trimestre, el acceso de internet en nuestro país ha tenido un crecimiento sostenido durante el último decenio, llegando al año 2015 a un 72% de los hogares, lo cual ha significado un aumento de 5 puntos respecto del año 2014.

Los informes de la SUBTEL señalan que en relación con la Internet fija, hay 2,83 millones de conexiones en el país, tanto residenciales como comerciales. La velocidad en la gran mayoría de ellas es superior a 1 Mbps (97,2%). Con relación a los accesos a internet,

sumando los fijos + móvil 3G+4G, la SUBTEL señala que alcanzaron para el año 15,3 millones.

Se releva, que un 81,2% de los accesos a Internet son móviles, con un fuerte crecimiento de la navegación vía smartphones (23% de crecimiento en el último año). Del total de accesos móviles, un 92,3% corresponde a navegación por smartphones (74,9% del total de accesos). Por último, se señala que el número de aparatos de la telefonía móvil activos en Chile llegó a los 22,7 millones en junio del 2016, lo que supone un promedio de 1,24 por habitante.

Por otro lado, en relación con la penetración de las tecnologías en nuestro país, se puede señalar que esta es alta y masiva. Como señala la Novena Encuesta del Consejo Nacional de Televisión (CNTV) realizada el año 2017, un 82% de los hogares actualmente tiene celular, un 62% Notebook y un 32% Tablet. Interesante, es que, los dos primeros son utilizados también para ver televisión lo que muestra la convergencia de pantallas, una de las características de la visualización, manifestada principalmente en el segmento jóvenes.

Cuadro N° 1. Dispositivos tecnológicos. Presencia en Hogar y Utilización para ver televisión (N = 5.424 Base “usa para ver internet según posición dispositivo (con tarjeta))

	Hay en su Hogar en % (entre paréntesis año 2014)	Lo usa para ver TV (%)	¿Cuántos hay en su hogar? (Promedio)
Celular que se puede conectar a Internet	82 (72)	30	2,6
Notebook/Netbook	62 (55)	17	1,4
Tablet	32 (30)	8	1,3
Celular que NO se puede conectar a internet	29 (65)	5	1,5
DVD/Blu-ray	28 (60)	5	1,2
Computador fijo	23 (28)	5	1,0
Consola de videojuego	18 (21)	3	1,1
Aparato para recibir TV y video por internet (Apple TV, Google TV o decodificadores)	12 (9)	7	1,6
Consola de videojuegos móvil (Nintendo DS, PS Vita, Nintendo, Swicht, etc.	5 (6)	1	1,1
Reloj Inteligente	2	0	1,5

Fuente: CNTV. X Encuesta Nacional de TV 2017

También se observa en el cuadro, el rápido descenso en la tenencia de los celulares sin conexión a internet y los DVD/Bluray, los cuales experimentan una baja considerable, producto, para el caso de los celulares, de la multiplicación de planes de bajo costo con conexión a internet y, en el caso de los DVD/Bluray, por la aparición del cable y de las plataformas de películas asociadas al cable, como es el sistema VOD de VTR, Claro Video o Movistar Play y, la entrada de Netflix y otras plataformas a través de visualizado con streaming.

En relación con los jóvenes chilenos, el mismo estudio, en relación con la propiedad de la tecnología por parte de los adolescentes menores de 17 años, señala una alta tenencia de celulares con conexión a internet, lo cual se condice con la alta tasa de penetración de celulares inteligentes (smartphone) señalada por la SUBTEL (2017), quienes muestran que a febrero del año 2017 se llegó a un total de 9 millones 314 mil 744 aparatos.

En el segmento de los 14 a los 17 años, la tenencia es casi de un 90% y desciende a menor edad, pero es significativa, particularmente entre los 8-13 años (55%), tal como se aprecia en el siguiente cuadro.

Cuadro N° 2: Propiedad de tecnología, en niños, niñas y adolescentes

	0 a 7 años (N = 958)	8 a 13 años (N = 805)	14 a 17 años (N = 654)	17 años y menos (N = 2.417)
Celular que se puede conectar a Internet	12	55	89	48
Notebook/Netbook	2	19	35	25
Tablet	22	30	35	17
Celular que NO se puede conectar a internet	3	7	4	4
DVD/Bluray	1	3	3	2
Computador fijo	1	5	8	4
Consola de videojuego fija	3	22	17	13
Televisor propio	5	12	15	10
Consola de videojuegos móvil (Nintendo DS, PS Vita, Nintendo, Swicht, etc.	1	7	3	3
Reloj Inteligente	-	1	1	1
Aparato para recibir TV y video por internet	-	1	2	1
Ninguno	65	20	5	33

Fuente: CNTV. X Encuesta Nacional de TV 2017

Hay que relevar también, la tenencia de tablets, la cual va aumentando a través de la edad. Sin embargo, habría que poner atención en la alta penetración y tenencia de ellas, en el

segmento entre 0 – 7 años con un 22%, lo cual está demostrando que los pre-escolares se encuentran insertos fuertemente en la cultura digital. Con porcentajes más bajos, destacan la tenencia de notebooks (25%); Consola de video juego fija (13%), pero que tiene porcentaje más alto en las edades comprendidas entre 7 y 14 años (22%) y por último, el televisor propio que alcanza sólo un 10%.

Como señala la misma encuesta, un 35% de los niños/as tiene un objeto tecnológico propio. Se observa un aumento en la propiedad de tecnología en niño/as en edad escolar que crece un 80%.

Lo que se está observando actualmente, es que las prácticas de las audiencias relacionan los diferentes oferentes, y se ha terminado imponiendo una modalidad de consumo diversificado. Al respecto, se destaca el surgimiento y la prevalencia de 3 modalidades de consumo los cuales aparecen fuertemente relacionados con la población juvenil:

- el Multitasking, la simultaneidad en la realización de actividades y/o consumo de medios;
- el Multiscreen, consumo simultáneo de medios interrelacionados entre sí;
- y el Transmedia, que implica seguir el desarrollo de un contenido a partir de diferentes medios y plataformas, en donde cada medio es utilizado de manera particular, para expandir el relato y la experiencia, e involucrando al usuario en su construcción.

Este nuevo panorama mediático ofrece una inmensa oportunidad en la producción de contenidos, ya que el consumo se vuelve más experiencial, volviendo a los sujetos en la producción. Mientras el nivel de consumo se multiplica, y la oferta de productos crece exponencialmente, lo que permanece como deseo más profundo es el encuentro con experiencias que se conecten con las emociones. Un ejemplo de esto es el consumo de programas de televisión, series o películas, como lo muestra el cuadro número 3. Si bien el porcentaje lo concentra la televisión abierta no pagada, la pagada posee un 59%, y las páginas de internet un 18%.

Cuadro N°3: Consumo programas de tv, series o películas. ¿Ve programas de televisión, series o películas a través de...? Porcentaje de “sí”. Alternativas no son mutuamente excluyentes. (N = 5424)

	TOTAL (%)	16 a 25 (%)	25 a 45 (%)	46-80 (%)
Canales de TV abierta Nacionales	89	83	84	94
Canales que sólo se ven en TV cable o satelital	56	59	59	52
Servicios por internet con inscripción de pago	18	30	25	11

Fuente: CNTV. X Encuesta Nacional de TV 2017

En relación con el **consumo de contenido audiovisual por internet**, la Primera Encuesta sobre Contenidos Audiovisuales y Televisión por Internet, realizada el año 2016 por el CNTV, señala que YouTube (55%) y redes sociales (49%), son las plataformas más utilizadas por el grupo etario denominado joven (18 – 34 años) con un 69% y 62% respectivamente. Los datos recogidos muestran también que son los jóvenes y estudiantes los que más usan plataformas de streaming para ver televisión, existiendo una brecha a nivel socioeconómico en el uso de estas plataformas, siendo los estratos socioeconómicos altos los que tienen más acceso. Se observa entonces, que existe una relación inversamente proporcional entre la edad y el uso de plataformas en línea: a menor edad de las personas, mayor es su consumo de plataformas virtuales web.

Cuadro N°4: Consumo de contenido audiovisual por internet.
(N = 5424)

CONSUMO DE CONTENIDO AUDIOVISUAL POR INTERNET

¿USTED VE PROGRAMAS, SERIES, PELÍCULAS O VIDEOS AFICIONADOS A TRAVÉS DE ALGUNAS DE LAS SIGUIENTES PLATAFORMAS...?
% RESPUESTA MÚLTIPLE

	TOTAL	SEXO		EDAD			GSE				ZONA		OCUPACIÓN			
		Hombre	Mujer	18-34	35-54	55 y más	C1	C2	C3	D/E	Santiago	Región	Trabajador	Estudiante	Dueña de casa	Jubilado
Sitios de video por Internet como YouTube	55	55	56	69	60	32	65	60	69	43	47	61	60	60	53	24
Redes sociales	49	46	51	62	53	25	55	49	59	41	43	53	50	57	51	24
Netflix, Amazon, HBO GO u otros servicios de streaming	36	36	37	44	38	23	64	41	44	23	31	40	38	48	27	21
Portales web de canales de TV abierta	35	35	36	38	38	28	45	40	40	28	28	40	35	40	29	39
Páginas de Internet de otros canales o medios	32	31	32	39	31	23	45	37	43	20	24	37	32	46	24	24
Otro	4	3	5	3	4	7	3	5	8	2	4	5	3	-	9	10
Todas	1	2	1	3	1	-	2	3	-	2	2	1	2	3	-	-
Ninguno	11	12	10	5	12	19	9	7	6	16	15	9	10	10	11	18
No ve nada	5	3	7	1	2	13	4	5	2	7	6	5	2	1	13	14

Casos: 711

15

Fuente: 1era Encuesta Nacional sobre Contenidos Audiovisuales y Televisión por Internet (2016).

Asimismo, las personas que viven en regiones tienen un mayor consumo de contenidos audiovisuales a través de internet: 61% para sitios web, 53% en redes sociales, y 40% en servicios de *streaming*, en comparación con las que viven en Santiago: 47% para sitios web, 43% en redes sociales, y 31% en servicios de *streaming*.

Podemos sostener entonces, que las modalidades de consumo han variado y diversificado, a diferencia de lo que sucedía hace 10 años, cuando había una hegemonía de la televisión abierta, con una baja penetración de internet y de otros dispositivos tecnológicos, que ahora facilitan el acceso. Y es precisamente en los jóvenes donde se observa con fuerza la mutación que se está viviendo.

Por otro lado, respecto al **compartir o subir videos a internet**, esta misma encuesta, muestra que un 41% de los encuestados declara que comparte o sube videos a internet. Son los jóvenes (18 a 34 años) en un 53% y los estudiantes en un 56%, quienes más difunden este tipo de contenido. Este tipo de prácticas va descendiendo a medida que aumenta la edad: 35 a 54 con un 44% y 55 años y más con un 25%.

En relación con el nivel socioeconómico, el estrato C1 es el que manifiesta una mayor frecuencia de la práctica de compartir videos por internet (49%), seguido por el grupo C3 (44%).

En resumen, lo que se puede observar en el actual entorno digital en nuestro país, es la integración de diferentes plataformas o redes de transmisión. Por ejemplo, para el caso de la televisión, las combinaciones entre señal abierta, transmisión IP, satelital y uso de cable operador por parte de los distintos concesionarios, conforman el verdadero escenario de la industria televisiva. Esta dinámica representa también de manera clara a los operadores de contenidos audiovisuales y su posicionamiento en la industria de producción de contenidos y de servicios de radiodifusión televisiva.

Más allá de estos datos, el período actual, se podría caracterizar como un momento en el cual coexisten y convergen todos los lenguajes y soportes tecnológico, apuntando hacia la pantalla única como el aparato donde se ve televisión, se escucha radio, se navega por internet, se establecen relaciones personales de modo virtual, entre otras formas de interacción social. Así, se constata la tendencia hacia el desarrollo de plataformas mediáticas. En este contexto, los jóvenes son sus principales usuarios.

II.- DEL MODELO DE INTERACCION AL MODELO DE INTERACTIVIDAD CON EL ENTORNO DIGITAL

En páginas anteriores se ha caracterizado de forma breve el entorno digital actual sobre el cual los jóvenes chilenos se ven inmersos. Profundizando más teóricamente, llamaremos entorno digital al espacio comunicacional basado en el uso de Internet por parte de sujetos que determinan tanto el contenido como el destino del mensaje. Son al mismo tiempo emisores y receptores de flujos de mensajes multidireccionales y se configuran en redes de intercambio multimodal y multicanal, que tienen en común el uso de los bits como código de emisión y recepción de los mensajes.

Esto deriva siguiendo a Castell (2010), “en que el emisor/receptor interprete los mensajes que recibe de distintos modos de comunicación y múltiples canales de comunicación integrando su propio código en la interacción con el código del mensaje originado por el emisor y procesado en subcódigos de modos y canales, negociando su significado como receptor a partir de su experiencia como emisor” (2010, 108). Esto supone tomar en cuenta las relaciones sociales, las redes de comunicación a las que pertenecen estos emisores/receptores con las cuales producen un significado compartido que condiciona el universo informacional o comunicacional donde la cultura se desarrolla.

Basándonos en lo formación de los dominios discursivos distinguiremos “dos momentos” marcados por cambios en las prácticas comunicativas de los jóvenes. Obviamente la distinción se relaciona con la irrupción de dispositivos tecnológicos, que añaden particularidades al entorno digital, profundizando el distanciamiento de los jóvenes con el entorno comunicacional analógico. Un distanciamiento que incide en cambios en el sistema de medios como espacio público.

La consolidación del entorno digital supone una evolución que generalmente es mirada como la creación de desarrolladores, que ponen a disposición del mercado nuevos recursos. Pero en realidad hay una evolución marcada por los fenómenos de intercambio, masificación e impacto. Es así como en su arranque el dominio de la Web se basaba en la lógica de abrir acceso a reservorios de información, que cambiaban de formato y se abrían a intercambios infinitos. En ese primer momento la “promesa” era el acceso libre a la información y al conocimiento.

Esto cambia y el modelo de la interacción con las fuentes y la multiplicación de las autorías se convierte en el rasgo dominante. En este punto la promesa es la INTERACCION con los flujos de información. Surge así, la construcción de una práctica colaborativa, donde los usuarios jóvenes profundizan la interacción discursiva, incide en la creación de meta-textos y usan los espacios de intercambio para crear redes de construcción discursiva. A este momento se asocia la idea de la red como la nueva plaza pública.

La incidencia de esta primera etapa de instalación masiva del entorno digital se da en todos los campos de producción de conocimiento y pese a que se establece la multidireccionalidad de los intercambios y la deslocalización de la producción de sentido, será la aparición de las llamadas redes sociales lo que marcará la segunda promesa y volcará a las y los jóvenes a desarrollar REDES de intercambio con singularidades propias.

La aparición de las redes sociales abre una nueva oferta y configura una nueva promesa. Su impacto en las prácticas comunicacionales de los jóvenes, unidas a su alto grado de penetración permiten afirmar que marcan una evolución en la adopción del entorno digital como ámbito cultural. En conjunto configuran una oferta que consolida modalidades de intercambio que se vuelven claves para las culturas juveniles. Uno de sus principales impactos se relaciona con el modo como se estructura el intercambio y la lógica de producción de contenidos. Otro es como la conformación de redes crea circuitos donde se

crean representaciones propias de las identidades juveniles, al punto de convertirse en instancias de socialización centrales en la construcción del imaginario de ser joven.

Las dos etapas que marcan la consolidación del entorno digital marcan en paralelo cambios de lo mediático, que inciden en un nuevo orden de lo comunicacional. En este punto los cambios en el sujeto y sus modalidades comunicativas operan transformaciones en el sistema comunicacional en una retroalimentación parecida a un cuadro de Escher⁴. En otras palabras, en la medida en que nos vemos insertos en el orden digital hay una serie de mutaciones en la matriz analógica del sistema de medios que impactan de manera directa en las prácticas y consumos comunicacionales de las y los jóvenes. Hablamos de una mutua retroalimentación, que abre campos nuevos para lo público, donde las modalidades de comunicación “privadas” instaladas por las redes sociales, determinan una relación con los contenidos de los medios de comunicación que instituyen un entorno de opinión pública activa.

Así, los receptores de los medios son ahora sujetos con medios propios, organizados en grupos de representación (YO + MI RED DE FACEBOOK, MIS SEGUIDORES DE TWITTER, MI CANAL YOUTUBE etc.), que ejercen una interacción con lo informacional que le otorga un poder sobre las agendas y los contenidos inédito. Esta reconfiguración del consumo mediático es mayoritariamente gestionada por los sujetos juveniles que adoptan el entorno digital como “hábitat” donde se expresan sus identidades.

Basados en esa observación podemos afirmar que, en el período inicial, cuando las tecnologías digitales se masifican en Chile, la “oferta” se basaba en la INTERACCION con los contenidos. La tecnología daba condición de posibilidad a la idea del receptor activo, que parecía compleja en los entornos analógicos. En esa primera etapa el rol de producción de contenidos y la relación del individuo con la información tiene profundas transformaciones y son los jóvenes quienes se apropian de los medios, creando interacciones discursivas que tensionan los discursos dominantes.

Esas mutaciones terminan colonizando el sistema de medios, cambiando las gramáticas de producción y reconfigurando el lugar de los receptores. Es así como los públicos se convierten en audiencias y las audiencias en usuarios en red. En este proceso también surgen nuevas modalidades comunicativas propias de las instancias de socialización de los jóvenes, centradas en los intercambios entre comunidades de pares. Este rasgo de las prácticas se profundiza por la velocidad en que los jóvenes se adaptan al carácter dinámico de las tecnologías y a la transformación constante que marca la oferta de recursos tecnológicos. En esto juega un rol importante el relacionamiento del mercado con los jóvenes, pero sin duda lo más importante es la consolidación de los entornos digitales como entornos culturales “donde sucede” el ser joven de una manera cada vez más totalizante.

4 Artista gráfico holandés. Las principales características de su obra, es la dualidad y la búsqueda del equilibrio, la utilización del blanco y el negro, la simetría, el infinito frente a lo limitado.

La consolidación de los entornos digitales como entornos sociales que impactan a los jóvenes se profundiza precisamente por el cumplimiento de la promesa de interacción, ahondando esa dimensión también en los llamados uso privados. Pero antes de identificar lo que llamamos “un segundo momento” en la producción de sentido de la cultura digital, hay que señalar que la hipótesis del entorno mediático como espacio de conformación de las culturas juveniles se basa en la valoración de la práctica discursiva como instituyente de lo social.

La valoración de los impactos de los entornos digitales a partir de la producción de sentido nos remite específicamente al funcionamiento de lo discursivo como instituyente de lo social. Al respecto hay que considerar lo discursivo -como dominios significante-independiente de sus medios de producción, actúa con una doble articulación: es donde el sentido manifiesta sus determinaciones sociales y los fenómenos sociales develan su dimensión significativa para el individuo. Como señala Verón (1993): “Partimos de paquetes de materias sensibles investidas de sentido, productos identificables sobre un soporte material (texto, imagen, cuerpo, etc.) que son fragmentos de la semiosis. Lo que llamamos discurso, por ende, es una configuración espacio-temporal de sentido”.

En este punto es necesario señalar que la relevancia de los entornos digitales en las prácticas sociales de los jóvenes está vinculada con sus características de circuito de conformación de sentido. Y en base a eso es posible observar las transformaciones discursivas que marca la transformación del modelo de INTERACCION al modelo de INTERACTIVIDAD. Este último se diferencia por la aspiración e instalación como elemento central de la voz propia, entendida como la generación de discursividades en primera persona, donde los relacionamientos en red se convierten en el hábitat naturalizado donde las socializaciones adquieren predicados.

La INTERACTIVIDAD marca un segundo momento en la eclosión de usos y plataformas, que confirman la relevancia de los entornos digitales en las prácticas sociales. Una de sus características centrales es la consolidación de las redes de intercambio, que son a su vez la construcción de las redes de pertenencia. El factor de identificación con las “colonias” determina una mayor densidad discursiva en las prácticas de apropiación de los jóvenes, cuyos registros son diversos.

Por una parte, las plataformas como Facebook pasan de ser extensiones de las redes sociales a ser la red social del individuo; Twitter pasa de ser un espacio de reacción a ser la generación de una voz pública articulada y, YouTube, como despliegue de oferta de contenidos se basa en la construcción de liderazgo etc.

En todos esos ejemplos la producción de sentido está dada por una pluralidad de materias significantes, que tienen en común el predominio de la imagen y del hipertexto. Sin embargo, en los usos extendidos que corresponden a este segundo momento se da la paradoja que la construcción de redes no avanza de la mano de la profundización de la noción del entorno digital como espacio público.

En ese sentido las significaciones de las prácticas se mantienen en el dominio de lo privado. No obstante, desde ese marcatej dominante hay experiencias que indagan en su potencial como oferta de información y en su politización. En esas prácticas lo que domina es la idea y los formatos de los intercambios cerrados. Esto se impone en la lógica de producción del discurso y contrasta con el carácter globalizado de la circulación.

En el análisis del discurso, la interactividad genera una gramática de producción marcada por la resistencia a la homogenización del discurso y por la fragmentación del sujeto de enunciación. El fenómeno de los YouTubers como líderes de opinión, traduce y posibilita una emergencia de liderazgo juvenil con un registro muy diverso, pero teniendo como elemento común la conformación de una red infinita de intercambios. Esto se repita en otras plataformas como Snapchat o Instagram en las que el dominio de la imagen y su fragmentación genera un tipo de discurso individual, que permea las representaciones del cuerpo para impactar en las socializaciones.

Sería un error entender las prácticas de INTERACTIVIDAD como un sistema con una arquitectura sencilla. Obviamente toda forma de análisis debe considerar que en su ADN esta la creación de redes de intercambio, y si bien el marco de funcionamiento de los soportes puede ser considerado de una morfología sencilla, las cadenas significantes son complejas y sus flujos se entrecruzan de manera cada vez más elaborada. En ese sentido la conceptualización de “intercambios en red” cambia a la misma velocidad que la oferta de soportes y nos introduce en un sofisticado campo de prácticas discursivas del dominio de la palabra y la imagen. Este factor se ve acentuado por el uso de plataformas múltiples que es dominante en las prácticas de los jóvenes como se ha señalado más arriba en el punto de caracterización del entorno digital. De hecho, no es equivocado hablar del sujeto juvenil como un sujeto multimedial.

Pero donde las prácticas y la apropiación de los jóvenes del entorno digital como entorno comunicacional dejan sus huellas más claras es en el reformateo de las prácticas de la mass media, cuya práctica comunicacional se transforma Y desde esos cambios reconfigura el lugar del sujeto en lo público.

2.1.- SUJETOS JUVENILES Y LO PUBLICO MEDIAL

Mencionábamos que el entorno digital está modelando las relaciones de los jóvenes con lo informacional y está modificando la conformación del sistema de medios (mainstream). Al respecto hay que destacar que la INTERACCION y el campo digital ha impactado a los medios de masas (la mayoritaria conversión de la prensa en papel al soporte digital es un ejemplo claro), no sólo porque han sido llevados a nuevos soportes también porque esos soportes han cambiado las lógicas de recepción. Y por ende han generado un nuevo tipo de receptor.

En rasgos generales la relación de los medios con las audiencias participes de la cultura digital, equivale al cumplimiento del clásico modelo de “receptor activo” pero en un

sentido algo diferente a los proyectado. El sentido de la INTERACCION en red convierte a las y los usuarios en una suerte de red de opinión participante. Es decir, se privilegian las fórmulas de re-semantización del discurso de masas, con una lógica de adopción y/o desconstrucción de sus representaciones, generando otras representaciones a partir de redes de intercambio que ya no son entre el medio y el receptor sino entre este, el medio y otras comunidades de receptores. Esto aplica a todo tipo de práctica textual y a todo tipo de discurso.

Esto no supone necesariamente una interacción crítica. Se trata de una lógica de consumo diferente, que se representa en la imitación de las formas de enunciamiento por parte de los jóvenes, que mayoritariamente se basa en usos y formatos presentes en los medios de comunicación clásicos para producir discursos que re-nombran y re-circulan. Pero la apropiación es hecha en una suerte de “espacio de soberanía” o “de escritura propia” que es un factor inédito propio de este segundo momento. Un amargo ejemplo de esto es la opción hecha por las bases del movimiento de extrema derecha de USA, que hizo campaña por el presidente Trump usando las noticias de los medios tradicionales y creando hechos relacionados ficticios a través de Facebook, Twitter y otros, desarrollando un trabajo en red que influyo en el curso del proceso electoral.

Para indagar en las prácticas de intercambio es necesario poner la mirada en las prácticas de recepción de los discursos. Al respecto el sociólogo Stuart Hall facilita una conceptualización de las lógicas de recepción del discurso que podrían ser un modelo aplicar a la lógica de construcción de discursos en el modelo de interacción que modela el entorno digital.

Hall identifica tres formas hipotéticas de recepción: **la dominante**, cuando el espectador decodifica el mensaje de acuerdo con el código dominante que coincide con la significación hegemónica; **la posición negociada** que se caracteriza por la combinación de elementos oposicionales y adaptativos: reconoce la legitimidad de las definiciones hegemónicas al tiempo que las interpreta en contextos más locales. Los códigos negociados operan por medio de una lógica ubicada en tanto que situaciones o acontecimientos generalizados y compartidos pasan por el tamiz de una interpretación localizada. La tercera posición es aquella en la que el espectador identifica y comprende los códigos dominantes empleados para enmarcar el mensaje, pero lo decodifica de forma contraria con base en otro **marco de referencia, oposicional**. En esto último el entorno digital ofrece una oportunidad única, donde el receptor realiza la recepción del mensaje significándolo a través de una práctica textual propia, que lo pone en red con el emisor primario y lo lleva a interactuar en una cadena de intercambios que se construye desde la premisa que LA RED ES EL MENSAJE. Así la recepción del mensaje es un campo de interacciones discursivas textuales. Donde el receptor genera respuestas múltiples que son la “lectura” (un ejemplo es la interacción con los contenidos de un sitio web desde Facebook, la estructuración de mensajes multimedia desde TWITTER etc.).

En estos casos la recepción de mensajes en el entorno digital incorpora a las prácticas de recepción un modelo de INTERACTIVIDAD, que modifica las relaciones del sujeto con la información y hace emerger la práctica textual como condición de la recepción.

Siguiendo esa lógica hay que entender el efecto de irradiación que tiene la circulación de contenidos en red. En el entorno digital la polisemia de la práctica textual se vuelve un elemento central del acto comunicativo en todos sus niveles (público/ privado).

A MODO DE CIERRE

Jesús Martín-Barbero (2008) recurre a una cita de Martín Hopenhyn, para tratar de definir lo que se entiende por culturas virtuales, las cuales: “son mediaciones entre cultura y tecnología, constituyen sistemas de intercambio simbólico mediante los cuales se configuran sentidos colectivos y formas de representarse lo real” (2008:23). Otro autor como José Luis Brea introduce el concepto de “CULTURA RAM” para definir las culturas virtuales o de red, distinguiéndolas de la “cultura archivo”. Así, ese tipo de cultura supone en palabras de Brea, que “la cultura está empezando a dejar de tener un carácter primordialmente rememorante, recuperador, para derivarse a una dirección productiva, relacional.” (2007:13). Brea denomina a esta cultura, una cultura de procesamiento, de interconexión de datos –y sujetos– de conocimiento donde se insertan los jóvenes hoy en día, que se distingue de la vieja cultura, llamada “cultura de memoria de archivo”.

De esta forma, la apropiación y el conjunto de prácticas de intercambio generadas en el entorno digital conforman nuevas configuraciones de lo público, de lo que se deriva un nuevo concepto de sujeto juvenil. Para el mundo adulto este sujeto se organiza en redes de pares y se mueve en un espacio paralelo al social, cuyas interacciones serían la negación de sus pertenencias “reales”. Esta valoración se basa en una comprensión de la relación sujeto/ entorno digital desde la tensión entre lo virtual y lo real. Y si bien la tensión existe cada vez es más difícil oponer virtualidad y realidad, no porque sean lo mismo sino porque se retroalimentan en la conformación de un sujeto que se mueve en ambos niveles para las más diversas operaciones y modifica los estatutos que explican lo virtual como componente de lo real.

Así, por ejemplo, Francis Pisani (2009), en su prólogo al libro del educador argentino Alejandro Piscitelli titulado “Nativos Digitales” señala: “Ya no podemos oponer el mundo real al virtual como lo hacíamos antaño. Lo virtual es parte de nuestra vida real. Emociones y acciones reales afectan nuestro quehacer virtual. Pasamos tanto tiempo en uno como en otro y resulta cada vez más difícil separarlos.” De esta forma, se construyen identidades que son múltiples y transitan de un espacio a otro, cuestión que es remarcada por Zarzuri (2017), quien señala que en “las construcciones identitarias en la web, donde la utilización de ‘nickname’, que en muchos casos responde a un ‘otro distinto’, no es vista como problemática, aunque los perfiles sean distintos en la web respecto de la ‘vida real’, porque precisamente la distinción entre la ‘vida web/vida real’, ya no es un problema.” (2017,16)

De este modo, en la virtualidad se concretan y realizan relacionamientos y su valoración no cambia sin cambiar la noción del sujeto. Pero en la consolidación del entorno digital como componente del entorno social de los jóvenes la distinción entre real y virtual no obedece a una lógica de reemplazos, hay que entenderla como un fenómeno de complementariedad. Esta distinción, que se supone perderá vigencia con el paso del tiempo explica también los sentidos que conforman lo público en las prácticas comunicacionales de las y los jóvenes, quienes naturalizan la condición binaria de lo real en todas sus instancias de socialización.

Para los jóvenes la mediación tecnológica se naturaliza al punto de conforman una matriz cultural que determina principios de identidad. Para las generaciones anteriores a la “era digital las hibridaciones de lo real y lo virtual suponen una des-localización que complejiza las prácticas. Para ambos los cambios en las prácticas comunicativas conllevan transformaciones de los modos de comprensión de la realidad.

Por último, queremos recalcar lo señalado en páginas anteriores. Los jóvenes han realizado un tránsito de un modelo que hemos llamado de INTERACCIÓN a otro que hemos denominado de INTERACTIVIDAD con los medios y la cultura digital, donde la principal característica es la instalación de una voz propia. La voz propia supone la apropiación del conjunto de recursos que conforman la relación sujeto/sociedad desde la virtualidad. Y por efecto traen nuevas configuraciones de lo público y lo político. Surge así, la “cuestión pública” y lo público comunicacional como atributo de lo digital, todo esto enmarcado en la crisis de las formas tradicionales de participación política que marcan nuestra época. Ese es un fenómeno multifactorial que no está determinado solamente por la pertenencia a la cultura virtual pero que obviamente tiene en ellas un campo de sentido desde el momento que hace surgir prácticas discursivas nuevas.

Habría que señalar, que en el ámbito de lo público para los jóvenes es muy gravitante la creación de redes con formas propias de acceso e intercambio de información, así como la creación de grupos de interés y nuevas formas de asociatividad. En otras palabras, es muy importante cómo las culturas virtuales configuran prácticas de ciudadanía, que modifican el concepto básico de la relación entre sujetos e instituciones. Este cambio cultural es recogido por el sistema de medios de comunicación como las demandas de un ciudadano y ciudadana que se ha apropiado de otras relaciones comunicacionales y otorga sentido y valor a los vínculos virtuales.

BIBLIOGRAFÍA

- Castells, M. (2010). **COMUNICACIÓN Y PODER**. Alianza Editorial, Madrid, España
- Centro de Estudios Socioculturales (CESC) (2017). **INFORME FINAL ESTUDIO CONSULTORÍA TRÁNSITO DE LA TELEVISIÓN ANALÓGICA A DIGITAL EN CHILE**. Para SUBTEL. Santiago, Chile.
- CNTV, Consejo Nacional de Televisión (2016). **I ENCUESTA NACIONAL SOBRE CONTENIDOS AUDIOVISUALES Y TELEVISIÓN POR INTERNET**. Santiago, Chile
- CNTV, Consejo Nacional de Televisión (2017). **IX ENCUESTA NACIONAL DE TELEVISIÓN**. Santiago, Chile
- Heredia, Verónica (2012) “**RESEÑA: DE LAS AUDIENCIAS CONTEMPLATIVAS A LOS PRODUCTORES CONECTADOS. MAPA DE LOS ESTUDIOS Y DE LAS TENDENCIAS DE LOS CIUDADANOS MEDIÁTICOS**”. Signo y Pensamiento 61 · Reseñas | pp. 188 - 196 · volumen XXXI · julio – diciembre.
- SUBTEL, Subsecretaria de Telecomunicaciones (2017). **INFORME ANUAL DEL SECTOR TELECOMUNICACIONES 2016**. Santiago, Chile.
- Verón, Eliseo. 1993. **LA SEMIOSIS SOCIAL. FRAGMENTOS DE UNA TEORÍA DE LA DISCURSIVIDAD**. Barcelona: Editorial Gedisa.
- Zarzuri, Raúl (2017/2015). “**NOTAS PARA UNA CARACTERIZACIÓN DE LOS/LAS JÓVENES Y JUVENTUDES. LAS TENSIONES DE LAS MIRADAS MODERNAS Y POSTMODERNAS**”.
- Zarzuri, Raúl (2014). “**MEDIOS, COMUNICACIÓN JÓVENES. UNA APROXIMACIÓN DE LA RELACIÓN DE LOS Y LAS JÓVENES CON LOS MEDIOS Y LA COMUNICACIÓN EN CHILE**”. En: Cottet, Pablo (Editor). ‘**JUVENTUDES. METÁFORA DEL CHILE ACTUAL**’ Ediciones RIL, Santiago de Chile

CONSULTAS INTERNET

- Estudios Culturales: “**CODIFICAR Y DECODIFICAR DE STUART HALL**” Octubre/ Sin año <https://estudioscultura.wordpress.com/2011/10/18/codificar-y-decodificar-de-stuart-hall/> (Consultado el 18 de octubre 2017)