

XXII Encuentro Nacional AMIC 2010

¿Comunicación pos-masiva?

Revisando los nuevos entramados comunicacionales y los paradigmas teóricos para comprenderlos

Esaú Salvador Bravo Luis

**Lic. en Comunicación y Cultura
Universidad Autónoma de la Ciudad de México
Doctorante en Comunicación
Universidad Nacional de La Plata**

Ponencia:

Jóvenes contemporáneos: las redes sociales ¿una necesidad contemporánea?

Históricamente la música en la vida de los jóvenes, ha llegado a desempeñar un papel fundamental en su socialización y formación de identidades, asimismo ha originado diferentes formas de consumo y apropiación que sin duda son elementos que caracterizan hoy al joven contemporáneo, el uso cada vez mas común de las nuevas tecnologías abre la posibilidad de estrechar brechas que permiten entre muchas otras cosas: el traslado, la difusión y la proyección masiva de información, datos, textos, imágenes y en gran medida música y video; aunado a esto, el ocio y el tiempo libre de los jóvenes se han convertido en catalizadores de nuevas maneras de consumir, vender, difundir y producir contenidos audiovisuales.

Un primer cuestionamiento que me llevó a pensar la elaboración de este escrito, radica en la presencia del Internet en nuestra vida cotidiana, en las diversas formas de uso de las tecnologías, en la aparición y auge de las redes sociales entre los jóvenes, en el tiempo libre y de ocio frente una pantalla con conexión a Internet así como los objetos ligados a ella como las computadoras, teléfonos celulares, el Ipod, el Ipad, el Zune, (por cierto, ¿alguna vez existio?).

Parte fundamental de la historia de la humanidad, ha sido entendida y/o abordada a través de sus objetos, hoy en día hay que agudizar la mirada hacia ese matrimonio macabro entre el objeto que se ha apoderado de nuestro tiempo, nuestros sentidos y nuestra memoria: el teléfono celular, ipod etc, y las redes sociales.

Este dispositivo ha mutado desde su uso principal como herramienta para transmitir voz y sonidos, a un artefacto multimediático sensorial que nos ha atrapado los sentidos, la mirada queda atónita frente a su pantalla multicolor, sus dispositivos *touch screen*, su sistema de sonido de alta fidelidad, su cámara digital que permite captura de imágenes y video y su conexión veinticuatro horas, siete días a la semana los 365 días del año a la red, haciendo prácticamente imposible escapar de sus “maravillas” y manteniéndonos disponibles y *on line* en un dispositivo con un tamaño menor de quince centímetros; si a esto le sumamos un usuario con un perfil activo en myspace o facebook, tenemos el caldo de cultivo para pensar en el papel fundamental que las redes sociales están llegando a desempeñar en la socialización y formación de identidades juveniles, asimismo han originado diferentes formas de consumo y apropiación de bienes culturales,(música, fotos y video) elementos que caracterizan hoy al joven contemporáneo.

Resulta interesante entonces focalizar la mirada al interior de sus habitaciones, del bolso del pantalón, de la mochila de la escuela pues al parecer es el espacio de reorganización de su tiempo de trabajo, estudio y socialización.

Hablemos de la música:

Desde la aparición de Internet las formas de consumo musical han cambiado radicalmente pues hoy la música ha quedado desnuda, la hemos despojado de todo lo que la protegía de su ropa, de la caja, del disco, del arte. Hoy a mis treinta años y mas de veinticinco de melómano, consumidor, coleccionista, fan e intento de músico, me he enfrentado al igual que millones en el mundo a esta metamorfosis musical que poco a poco se ha ido despojando del capullo para alzar el vuelo por el aire, volviendo en aire a la música.

Aunque finalmente parecería que le hemos devuelto parte de su esencia y la hemos liberado de las ataduras del objeto físico, (el cd, el vinil, el cassette) aun nos cuesta trabajo desprendernos de ellos, porque irremediamente las preguntas giran en torno a ¿quién ha mutilado, ejecutado y desaparecido al disco, al estereo y al discman?

Primer y único culpable: podría ser Internet, o tal vez lo hemos convertido en nuestro chivo expiatorio pero aun así el caso no quedaría resuelto pues resulta necesario detenernos en los modos de incorporación y apropiación entre las tecnologías y las personas; es decir ahondar en las relaciones que se establecen con ellas, y por ellas, para que podamos tener al menos un acercamiento hacia sus posibles consecuencias en un entorno determinado, pues si bien los problemas de la comunicación no se resuelven solo en la comunicación, tenemos que buscar que esta pasando también del lado de la cultura.

“La información se transforma en un insumo capaz de producir riqueza” (Crovi, 2006 pp. 26). Es necesario establecer que la tecnología sola es incapaz de generar los cambios sociales de los últimos años, pues es el ser humano quien provoca el cambio verdadero.

En nuestros días estamos viviendo al margen de la funcionalidad de las cosas, transformando lo material en virtual, utilizando la esencia de cada objeto que tocamos: *“tomamos objetos en forma material, afirmando que su funcionalidad puede traducirse a un lenguaje virtual, dejando de lado el producto físico”* (Hine 2000) Ahora bien, si es verdad que solo nos preocupamos del contenido útil, de lo intangible, estamos asimilando por *default*, que la utilidad de algún producto, que incluso, las relaciones sociales reproducen su forma material en la red, ocupando ya nuevos lugares de interacción, reconfigurando que lo “apropiable, manipulable, útil, vendible e intercambiable” se encuentra en un plano no físico.

Recurrentemente el ser humano a buscado nuevos espacios de socialización agregación e interacción, en nuestros días los “sitios” carecen de fronteras físicas, de espacio y de tiempo, empleando y extendiendo la tecnología hacia “nuevos” contextos cotidianos en las practicas sociales (Hine, 2000).

Luego entonces a partir de la desmaterialización de los objetos, para ser manipulados de diversas formas dentro de la red, la música en este caso, se ha convertido en el pretexto perfecto de socialización virtual, siendo esta alternativa una la herramienta de acción-intervención para abordar mediante la etnografía virtual estas nuevas necesidades sociales y audiovisuales que se producen, distribuyen y consumen dentro

la Web, situación desafiante pues la relación entre música y los jóvenes en su vida cotidiana funciona a manera de sinergia en nuestras sociedades desde hace mas de cinco décadas, y aunque ha sido tema de investigación en cada una de estas etapas, en nuestros días abordarlas para su entendimiento se ha convertido en una carrera contra la vertiginosidad de la evolución y la hibridación constante en las formas de relación entre los jóvenes, la música y su nuevo aliado: la tecnología.

Múltiples transformaciones se están generando en términos de la conformación de un nuevo tipo de actores que intervienen en estas “dinámicas contemporáneas”, pues si bien la audiencia se ha vuelto usuaria, que al mismo tiempo recepciona y emite y además tiene una facultad económica, técnica y social de consumir y emitir “n” cantidad de contenidos, surge entonces, el cuestionamiento sobre una creciente necesidad social y contemporánea de “mostrarse”, de ocupar y aprehender nuevos “espacios” en los nuevos medios, de desdibujar fronteras, establecer nuevos lugares “geográficos” de interacción, dando pie entre muchas otras cosas a la reelaboración de la cadena de producción, distribución y consumo de contenidos.

Musica para llevar:

Todo cabe en un celular... sabiéndolo acomodar....

En nuestros días la información es considerada como un insumo de circulación permanente, pues casi en cada rincón existe un dispositivo que la utiliza como materia prima de intercambio entre los individuos, transformando practicas que anteriormente eran inimaginables, como la transmisión de audio y video en tiempo real, o la captura y almacenamiento de imágenes en practicas elementales de la vida cotidiana. Hoy estar detrás de una pantalla conectada a Internet es de lo mas común, nuestra vida es inconcebible sin la interacción con ellas, desde la televisión digital en la sala de la casa, la pantalla del cajero automático, el ipod, los teléfonos celulares, la computadora en fin. Pero ¿qué pasa cuando la interacción con ellas se transforma en la interacción hacia ellas, para ellas y desde ellas?.

Uno de los dispositivos mas utilizados por el hombre posmoderno es el “teléfono” celular, pues con tantas funciones “extras”, el fin básico para el cual fue inventado

alguna vez queda relegado a un servicio por *default* en el aparato, prácticamente lo utilizamos en mas ocasiones para tomar fotos, video, chatear, envío de mensajes, agenda, Internet y jugar, que para realizar llamadas; algunos de los usos mas frecuentes que podemos observar entre la población juvenil es el de la consulta de Internet, captura y reproducción de video y música.

Recientemente revisaba una serie de videos musicales de conciertos en diferentes partes del mundo y noté cómo ha cambiado el comportamiento y la interacción del publico frente a los escenarios; la recepción de contenidos ha cambiado a la producción de contenidos al instante; si toda recepción en la vida resulta ser el producto de una interacción, en los últimos quince años hemos cambiado la manera de recibir por ejemplo la música en vivo.

Recuerdo imágenes de conciertos como el “Dangerous World Tour de Michael Jackson en México en 1993, donde los mas de 100 mil espectadores que asistimos quedamos atónitos por el show, además de poder cantar, gritar y aplaudir, el único medio de interacción ajeno a nuestro cuerpo con el artista en la oscuridad era la llama de un encendedor que se movía al ritmo de la música y que por supuesto no podía permanecer encendido mucho tiempo, pues se corría el riesgo de quemarse gravemente, el encendedor que además se convertía en el souvenir predilecto de los fans, nos permitía disfrutar del espectáculo con nuestros propios ojos, mientras que por espacio de dos o tres segundos se mantenía la llama encendida. Podemos recordar muchos conciertos anteriores como los de Queen o Rod Stewart, espectáculos que hasta la llegada del teléfono celular y su pantalla luminosa mantenían cautivos a nuestros sentidos con el artista en el escenario. Conciertos como los de Metallica, Madonna, Gloria Estefan y Elton John, comenzaron a iluminarse por mas tiempo del lado del espectador, debido a las pequeñas pantallas análogas que emitían una luz verde proveniente de los primeros teléfonos celulares que además tenían el tamaño de un ladrillo, pantallas que poco a poco comenzaron a distraer nuestra atención. En nuestros días es prácticamente inconcebible asistir a cualquier tipo de evento o espectáculo, (así sea familiar) sin observar un teléfono celular capturando audio y video, de hecho durante los eventos masivos en casi todas las ciudades del mundo el artista pasa a segundo plano, pues el espectador permanece mas concentrado en capturar evento observándolo a través de la pantalla de su teléfono móvil, conservando o

intentando mantener el equilibrio y el pulso para tener una mejor toma; el espectador paga una entrada ya no solo para ver el show en vivo sino para poderlo grabar por el mismo y además observarlo casi todo a través de su pantalla portátil, incluso estando en primera fila. El consumo musical “en vivo” ya no se guarda en nuestra memoria, la hemos trasladado a la memoria *flash*, *MD*, *SD*, al disco duro de nuestros teléfonos celulares, y de nuestras computadoras estamos saturando las memorias de los dispositivos móviles y formateando nuestro propio disco duro dentro de nuestro cerebro, solo para que memorice las rutas que hay que seguir hasta encontrar el recuerdo dentro de algún dispositivo electrónico, ya no contamos, solo mostramos, posteamos y tuiteamos.

A partir de la desmaterialización de los objetos, para ser manipulados de diversas formas dentro de la red y de la popularidad de algunos dispositivos electrónicos, la música por ejemplo, se ha convertido en el pretexto perfecto para socializar no solo físicamente, sino también de manera virtual. Plataformas como Myspace, y YouTube han cambiado la manera de difusión y comercialización musical. Tanto en la sociedad física y tangible, como en Internet. Las distancias se han comenzado a desdibujar, al estar en casa, en el trabajo, en la calle, detrás de una pantalla la mayor parte del tiempo nos ha convertido en prisioneros *on line* nuestras practicas cotidianas mas simples como charlar con un amigo, consultar y obtener dinero de un cajero automático, comprar, vender, son ya practicas “teleguiadas” socialmente, todo lo hacemos mediante pantallas a distancia, desde casi cualquier parte, “hoy estamos programados mentalmente, informáticamente para hacerlo (Guattari,1996).

Cada día dejamos de pensar en el edificio del banco y en la cara de la cajera, recordamos más la página inicial y la ruta en el portal de Internet hasta nuestra cuenta, ¿cuántas veces hemos dejado de comunicarnos con nuestros vecinos y familiares cercanos, porque no tienen correo electrónico, una cuenta en facebook, myspace o tweeter?, ya no es necesario asistir al banco para realizar una transacción, podemos hacer compras de casi cualquier cosa en Mercado Libre o Amazon; de la misma forma en casi cualquier sitio o sin salir de casa podemos producir una gran cantidad de contenidos, de “informaciones” que seguramente a alguien le servirán, o tal vez no, lo importante es subirlo a la red.

Basta ingresar a Yahoo respuestas y terminar una oración con signos de interrogación para que se despliegue un menú de datos que pueden o no servirnos de algo, el tema es que siempre hay alguien que responde y siempre alguien que quiere preguntar.

Para muchos jóvenes, y no tan jóvenes, que se dedican, interesan o gustan de la música, plataformas como Myspace y Youtube han sido sus perfectos aliados, y para muchos otros su penitencia, pues a todo momento están en una carrera contra el tiempo para estar presentes en estas plataformas de contenido e intercambio musical. Algunos han encontrado una vía útil mediante la cual les es posible la producción y difusión de sus propios contenidos: las redes sociales.

Estas redes, se han convertido en una estructura muy dúctil para crear, producir, publicar, promocionar, vender, consumir y compartir sus contenidos u obras desde su hogar o cualquier sitio con una conexión de banda ancha o Wi-Fi, así, las nuevas formas de consumo musical mediante el uso de Internet se están modificando y propagando por todo el mundo a gran escala. Pero ¿Que está pasando en las calles, en las fiestas y en los conciertos? En casi cualquier espectáculo, las pantallas inundan el firmamento para capturar instantes y en ocasiones los eventos completos desde múltiples ángulos, el espectáculo en vivo, al instante, es capturado para convertirse en una grabación, y después en un fragmento de recuerdo que intentamos perpetuar al llevarlo con nosotros, darle “perpetuidad” en YouTube, compartirlo después en Myspace, transformarlo en *ringtone* para nuestro celular, compartirlo vía *bluetooth* con nuestros amigos, difundirlo, en ocasiones “masificarlo”, crear nuestros propios videos en colectivo de algún evento con personas que tal vez nunca conozcamos pero que con un poco de organización, compromiso y tiempo libre suficiente, pueden llegar a muchas pantallas.

Un ejemplo claro se llevó a cabo durante la última gira de la banda estadounidense de metal industrial Nine Inch Nails, su tour “Lights in the sky” que fue abordada por una serie de seguidores en diferentes lugares de Norteamérica quienes con sus teléfonos celulares capturaron desde múltiples lugares en el recinto y por varias ciudades todo el show para después enviarlo a un solo usuario de YouTube quien lo editó y publicó meses antes de que el producto oficial de la agrupación saliera a la venta el producto final se tituló: “Lights In The Sky: fan shot multicam”.

De esta manera Internet ha venido ganando terreno paulatinamente entre los usuarios, mediante el desarrollo de nuevas tecnologías y plataformas de intercambio de datos, los usuarios están “desempeñado” acciones más concretas en la difusión musical a través de la red, en donde ahora la dinámica de emisor-mensaje-receptor-canal está cobrando un verdadero significado. Ahora bien, cabe cuestionarnos: ¿Qué significa todo este proceso? Entre muchas otras cosas podría ser que, ahora el receptor es parte (supuestamente) activa dentro de la producción de contenidos, así como de tener la decisión y el poder de elaborar y crear nuevos códigos en la reconocida sociedad de la información, volviéndose pieza fundamental de ella como juez y parte.

Resulta necesario que a partir del auge las tic's, sus productos y dispositivos como las redes sociales y los aparatos para su uso, repensemos los modelos comunicativos y el abordaje de los nacientes fenómenos sociales, que surgen a partir de la llegada y apropiación de dichas tecnologías en la vida cotidiana.

Dentro de los cambios actuales en temas como producción, educación, trabajo y entretenimiento, no se puede pasar por alto el carácter comunicacional y el trabajo colectivo de nuestros días, pues hoy y mas que nunca estamos comunicando desde, por y para nosotros, desde y para una pantalla.

En relación con la música y los jóvenes, el desdibujamiento de espacios físicos de reunión, que permitía seccionar y diferenciar diversos grupos juveniles dentro de las grandes ciudades ha dado paso a que se encuentren nuevos sitios de reunión, nuevas formas de agregación, de comunicación, consumo y difusión de los múltiples bienes culturales, que irremediamente hoy también se han convertido en hibridaciones, producto de la nuevas amalgamas societales que se están generando.

Hoy en día, podemos abordar las “culturas juveniles de habitación” (Portillo, 2005) que indagan sobre las subjetividades juveniles que al parecer emergen a partir de los contextos espacio temporales que definen las múltiples maneras en que se experimenta la juventud desde la última década, y que a partir de su transito comienza a definir a los sujetos jóvenes, sus nuevas practicas y sus “nuevas” identidades; pues si entendemos a las culturas juveniles como a las múltiples formas en que *“las experiencias sociales de los jóvenes son expresadas colectivamente mediante la construcción de estilos de vida*

distintivos localizados principalmente en su tiempo libre y de ocio así como en espacios intersticiales de la vida institucional” (Feixa,1999) surge el cuestionamiento sobre la necesidad contemporánea de “construirse” a partir de elementos culturales tan locales como su propia habitación, pues esta según Feixa (2005) conforma un *microcosmos* en donde acontecen múltiples formas de contactos reales y virtuales, situación que les permite mostrarse, venderse y ocupar nuevos espacios; las plataformas de redes sociales son el ejemplo mas claro. Pareciera que plataformas como Myspace, permiten a los usuarios, reflejar dentro de sus “perfiles”¹ una serie de dinámicas que hoy en día atañen a la reelaboración y complejización de redes y cadenas de socialización juvenil así como, producción, distribución y consumo musical en nuestra época, que son “el resultado del fortalecimiento industrial de las comunicaciones” Covi, 2006, pp. 33).

Tomando en cuenta que a partir de las Tic’s hay un aumento en la mediatización de las relaciones sociales asistimos a la virtualización de las acciones y hasta emociones, permitiendo que dentro del ciberespacio, la sincronización reemplace al sitio, mientras que el tiempo parece ser eterno con cada conexión a la red.

Si bien los medios tradicionales como la televisión, el cine y la radio están muy lejos de ser superados, si han tenido que compartir mucho de su publico por el auge de los medios personalizados o *self media* que permiten establecer “N” cantidad de relaciones totalmente desterritorializadas pues casi nunca tienen un espacio físico común, en donde el tiempo real se transforma en *status mode* ya sea *online* u *off line*, pero siempre con la certeza de que tus mensajes puedan ser atendidos en algún momento dentro de la red a la cual inevitablemente estamos conectados.

Si la sociedad de la información y el conocimiento es una sociedad atravesada en todas sus actividades por procesos comunicativos, hoy en día tenemos un océano cada vez mas grande de modos de interacción entre sus habitantes, donde los jóvenes están siendo los actores con más participación en la creación de códigos comunicacionales debido al uso, apropiación y reutilización de los dispositivos tecnológicos cargados de información del mundo en el que viven.

¹ El término perfil se entenderá como la traducción del “profile”, casilla o página propia de cada usuario dentro del portal myspace.com

La sociedad de la información y el conocimiento posee un capital básico que es la inteligencia colectiva y la información, la información es la materia prima que pueden ser datos o sucesos, transmitida a través del intercambio simbólico de significados.

En nuestros días existen códigos comunicacionales y metacomunicacionales entre los jóvenes, que atañen necesariamente al uso de ciertas tecnologías, de modos para los que tal vez en un principio no fueron diseñadas. No es extraño observar que el teléfono celular se ha vuelto un accesorio mas dentro de la indumentaria diaria de los jóvenes, dejando de lado al walkman o al prendedor en la ropa, el celular se ha apoderado no solo de la vestimenta que tiene que tener sí o sí un bolsillo o un espacio para su transporte, de lo contrario se le “cuelga” como accesorio a los jeans mientras la música suena a todo volumen, en otros casos, el teléfono móvil se apodera de una de nuestras manos, aunque la ropa tenga bolsillos, nunca lo soltamos, caminamos por las calles con sujetándolo.

Justamente en las practicas cotidianas, algunos jóvenes de barrios marginales en este caso generan mensajes de reconocimiento común, que a la vez son concebidos como discursos genéricamente estructurados y cuya pertinencia para ellos mismos depende de sus diversas prácticas sociales y culturales; es decir que los códigos generados a través del uso particular del teléfono celular en las calles concebido como parte de la indumentaria diaria, los ubica dentro de una tipología de usuario/productor de significados, tipología que corresponderá en la mayoría de los casos al rechazo o aceptación dentro de un entorno particular

Entendiendo que, a partir de que nos asumimos como habitantes de una sociedad de la información, los objetos de estudio se redimensionan abriendo mas posibilidades de abordaje y análisis, de esta manera tenemos ámbitos de estudio macro, intermedio y microsociales abriendo la posibilidad de abordar desde estos tres ámbitos una sociedad cambiante a cada momento.

“la sociología de la cultura ha demostrado que la organización social del gusto corresponde a la distribución desigual de recursos económicos y simbólicos, a oportunidades distintas de acceso a los lugares donde se forman los estilos de vida” (Canclini,2008)

Las sociedades en su apropiación de múltiples dispositivos de la convergencia digital, han ido creando paulatinamente nuevas formas de contenidos simbólicos, que si bien dependen de dispositivos tecnológicos con diversos costos monetarios, tienen una repercusión social tan valiosa como el dinero mismo.

Los usuarios han interpelado y modificado la lectura lineal del público y los medios, pues en este momento no queda claro en qué dirección se mueven los esquemas comunicacionales. El objeto de las investigaciones sobre las comunicaciones de masas se sitúa fuera de y con los medios, es decir en la gente y sus prácticas cotidianas, culturales y sociales “ *no hay sino una imaginación humana que formula e inventa, gesta hipótesis y crea música o poesía*” (Martín-Barbero, 2002).

¿Que nos queda de todo esto?

La tecnología en nuestros días no nos está remitiendo a una serie de aparatos o dispositivos tecnológicos solamente, remite además nuevos modos de percepción y de lenguaje, a nuevas sensibilidades y escrituras, a nuevos códigos e informaciones que día con día construimos en cualquier sitio, no solo en la escuela, o en el trabajo, ni siquiera dentro de la misma casa; el saber, que después transformamos en información y moneda de cambio, está deslocalizado, ha borrado las fronteras entre la razón misma y la imaginación, tal parece que podemos transitar libremente de la una a la otra, el celular se está convirtiendo en palabras de Winocour (2008) en una especie de:

“Bálsamo tranquilizador que nos permite ubicar y controlar a nuestros allegados en tribus de pertenencia constituidas en redes de familias, de amigos, de empleados, compañeros de trabajo, clientes, alumnos o pacientes, y también, un mecanismo de afirmación de la identidad individual, familiar y grupal a través de las conversaciones, referencias, y complicidades que sólo hacen sentido entre los miembros de cada tribu” (Winocour, 2008).

Al elegir la música e Internet como medios de comunicación e integración, los jóvenes constituyen nuevas plataformas para el establecimiento de redes sociales que les

permiten estar en contacto con sus homónimos en una dinámica que se desenvuelve en múltiples espacios físicos y virtuales, con multiplicidad casi infinita de códigos. Si bien la música tiene la fuerza de apelar a las emociones directamente; las nuevas tecnologías también pueden tener esa capacidad al establecer un contacto mediado por un instrumento tecnológico, pero que a la vez es directo y personal por ser parte de un contacto en tiempo real (en la mayoría de los casos).

De esta manera es posible comunicarse de un modo personal y público formando parte de un lenguaje sumamente articulado y complejo, en donde la música llega a la gente por medios electrónicos y les permite potencializar su creatividad, en cuanto a los diferentes códigos que se utilizan como identificadores y diferenciadores entre ellos mismos, creando géneros sociales, musicales y culturales diferentes que incluso desafíen a la industria musical como en el caso ya citado del video construido con música de Nine Inch Nails y su gira "Lights In The Sky".

Esta situación permite a los jóvenes formar grupos con intereses similares construyendo redes que comienzan a diferenciarse unas de otras pero que comparten ciertos rasgos socioculturales. La música es uno de ellos, y en este caso el eslabón mas importante que une a toda esta cadena, al reconocer la diversidad de los mensajes de los públicos y de los sistemas sociales que permitirían mostrar en detalle las múltiples particularidades que se gestan a través de los usos y apropiaciones de Internet y los dispositivos de conexión móvil como la telefonía celular y demas dispositivos que amplían y desdibujan las fronteras de propiedad en el espacio público y el privado, siendo este durante su uso un espacio similar al del auto, es decir, una extensión de tu casa, legitimando su uso en casi cualquier sitio.

Es importante establecer que aunque cada una de esas redes tenga una autonomía relativa, también se debe tener en cuenta, que el establecimiento de nuevas practicas sociales orientadas a un nuevo orden social solo esta siendo basado en un régimen de visibilidad y comunicabilidad absoluta: donde sólo lo que es visible es comunicable, y sólo podemos comunicar lo que es visible (Barbero,2008) pues si bien todos formamos parte de nuevos modos dentro de los circuitos del saber junto a las formas contemporáneas de aprender de manera deslocalizada, y de creación de lenguajes códigos y escrituras que han surgido desde la utilización de dispositivos electrónicos e Internet mutando las formas de producción, distribución y consumo que en este caso se

están llevando a cabo con la música y los teléfonos celulares de manera incluso contradictoria pues entre mas podemos almacenar dentro de nuestros dispositivos móviles, mas nos estamos alejando de la obtención misma, tal vez estemos ganando otras formas de construir nuestro capital social y cultural.

En la sociedad de la información la triada usuarios-público-consumidores, ha dado un salto en la cadena productiva de contenidos e informaciones, de estar frente al aparador, al interior de la “fabrica”. La internet móvil a potencializado este hecho y el resto de tecnologías personales han aumentado la creación de recursos simbólicos que en apariencia son cada vez fundamentales para la coexistencia humana, el potencial expresivo de cada una de las herramientas que estamos utilizando para crear y comunicarnos, atañen inevitablemente a las emociones. La constante y moderna tecnología que llevamos dentro de nuestros bolsillos en su misma condición de portátil y personalizada esta alimentando a la creatividad de las masas, deslocalizando y descentralizando los sitios oficiales de aprendizaje y autoridad, desdibujando algunas diferencias y potencializando alianzas entre consumo e interactividad, situación que nos obliga a replantearnos la concepción misma del espacio en el que vivimos, representado graficamente y en constante movimiento por las pantallas, pues es en este ultimo el lugar en donde debemos analizar estas nuevas formas de ser y de estar en el mundo (Barbero, 1996).

Bibliografía:

.

ARDEVOL, Elisenda, (coord.) (2004), en “Representación y Cultura audiovisual en la sociedad contemporánea”, ed UOC, Barcelona.

ARFUCH, Leonor (2002) El espacio biográfico. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica. Cap. 1.

BAUDRILLARD, Jean (1990) “Videosfera y sujeto fractal” en Videocuturas de fin de siglo. Madrid: Cátedra.

BAUMAN, Zygmunt (2004) La sociedad sitiada. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica. Cap. 4 y 5.

BENJAMIN, Walter (1975) “El autor como productor”. Madrid: Taurus, Editorial.

BERMAN, Marshall (1988) Todo lo sólido se desvanece en el aire. Madrid: Siglo XXI.

Introducción GIDDENS, Anthony (1995, 1998) Modernidad e identidad del yo.

Barcelona: Península, 1995, 1998. Cap. 3, 5 y 6.

CROVI, Delia (2006) "Educar en la era de las redes". México D.F. UNAM.

FEIXA, Carles (2003) "Del reloj de arena al reloj digital". En JOVEN es, Revista de Estudios Sobre Juventud, No.19 IMJ, México, p.6-27.

FOUCAULT, Michel (1990), Tecnologías del yo y otros textos afines. Barcelona: Paidós / Instituto de Ciencias de la Educación de la Universidad Autónoma de Barcelona.

GARCIA-CANCLINI, Néstor (2008) "Libros, pantallas y audiencias: ¿Qué está cambiando?". En: *Audiencias y pantallas en América*. Comunicar Numero 30. pp 27-32.

----- (2008) "Cinco dudas sobre la televisión cultural". Conferencia inaugural encuentro internacional de cultura y medios, por el XV aniversario de canal 22.

GOFFMAN, Erving La presentación de la persona en la vida cotidiana. Buenos Aires:

GÓMEZ-MONT, Carmen (2000 sep-oct) "La radio en la convergencia de las nuevas tecnologías", en Revista Mexicana de Comunicación No. 65, Fundación Manuel Buendía, México.

GONZÁLEZ, Jorge A. (2007) en "Cibercultura, iniciación e investigación", ed, UNAM, México.

----- (2003) en "Cultura(s) y ciber-cultur@..s: Incursiones no lineales entre complejidad y comunicación" ed, Universidad Iberoamericana, México.

----- (2008) "Pantallas vemos sociedades no sabemos". En: *Audiencias y pantallas en América*. Comunicar Numero 30. pp 43-48

GUATTARI, Félix (1992) "Hacia una autopoietica de la comunicación" (entrevista). Futur Antérieur, p. 203-214. Amorrortu.

GUTIERREZ, Fernando, ISLAS, Octavio, (2000), en "Internet- el medio inteligente", ed, Continental, Texas.

GROSSMAN E. (1998 jul-sep) La adolescencia cruzando los siglos", en revista Adolescencia Latinoamericana , Pág. 68-74.

HINE, Cristine, (2002) "Etnografía virtual" en Colección Nuevas Tecnologías y Sociedad, ed UOC, Barcelona.

IHDE, Don, (2004) "Los cuerpos en la tecnología: Nuevas tecnologías: nuevas ideas acerca de nuestro cuerpo", Colección Nuevas Tecnologías y Sociedad, ed, UOC, Barcelona.

ISLAS, Octavio, (2005) en "Internet, columna vertebral de la sociedad de la información: Columna vertebral de la sociedad de la información", ed, Miguel Angel Porrúa, México.

JENSEN, Klaus Bruhn y ROSENGREN, Kart Erik (1997) "Cinco tradiciones en busca del público" En: DAYAN, Daniel (comp). En busca del público. Barcelona: Gedisa.

LE BRETON, David (2002). La sociología del cuerpo. Buenos Aires: Nueva Visión. Cap. 6

LIPOVETSKY, Gilles (1986, 1995) La era del vacío. Barcelona: Anagrama. Cap. 1

LULL, James (2008) "Los placeres activos de expresar y comunicar". En: *Audiencias y pantallas en América*. Comunicar Numero 30. pp 21-26.

MARTIN-BARBERO, Jesús (2002) "La educación desde la comunicación" Cap 3 *Reconfiguraciones comunicativas del saber y del narrar*. Buenos Aires: Editorial Norma.

------(2008) "Estallido de los relatos y pluralización de las lecturas" En: *Audiencias y pantallas en América*. Comunicar Numero 30. pp 15-20.

------(1997). "Globalización comunicacional y descentramiento cultural" en Diálogos de la comunicación No 50, FELAFACS.

McLUHAN, Marshall (1985) La galaxia Gutenberg. México: Planeta. Cap. 1, MORLEY, D. y WALKERDINE, V. (comp). Estudios culturales y comunicación fragmento.

OROZCO, Guillermo (2004) "De la enseñanza al aprendizaje. Desordenamientos educativo-comunicativos en los tiempos, escenarios y procesos de conocimiento". En: *Nómadas*, numero 21, Bogotá: Universidad Central. pp10-23

------(2001). "Televisión, audiencias y educación". Buenos Aires: Norma Editorial.

PAPALINI, Vanina. "La revancha de los sentimientos", en De la Peza Casares, María del Carmen (editora), *Sujetos y subjetividades políticas: entre la innovación y el desencanto*. (en prensa)

PISCITELLI, Alejandro, (2002) "Ciberculturas 2.0: En la era de las máquinas inteligentes, ed, Paidós, Argentina.

PORTILLO, Sánchez Maricela (2006) "Algunos apuntes para la reflexión" en *Juventud, identidad y ciudad*, Andamios,UACM, México pp. 219

SIBILIA, Paula (2008) La intimidad como espectáculo. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.

SMITH, Marc A., KOLLOK, Peter, (2003) en "Comunidades en el Ciberespacio" ed, UOC, Barcelona.

TURKLE, Sherry (1997) La vida en la pantalla. Barcelona: Paidós. Cap. 7 Barcelona: Paidós.

WATZLAWICK, P.; BEAVIN BAVELAS, J. y JACKSON, D.D. (1981) Teoría de la comunicación humana. Herder: Barcelona.

WINOCUR, Rosalia (2008) "El móvil: artefacto ritual para controlar la incertidumbre". En: Revista Alambre, numero 1. Disponible en: www.revistaalambre.com