

Mediaciones y consumos de ficción en contexto de pandemia: el caso de los y las estudiantes de la UNTDF

Mediations and consumption of fiction in the context of a pandemic: the case of the UNTDF students

Valeria Car

Instituto de Cultura, Sociedad y Estado. Universidad Nacional de Tierra del Fuego.
Ushuaia, Tierra del Fuego, Argentina.

vcar@untdf.edu.ar

Cinthia Naranjo

Instituto de Cultura, Sociedad y Estado. Universidad Nacional de Tierra del Fuego.
Ushuaia, Tierra del Fuego, Argentina.

cnaranjo@untdf.edu.ar


Resumen

Este artículo se enmarca en un proyecto de investigación PIDUNTDF (2019-2021) denominado "Consumos culturales: transformaciones tecnológicas y sentidos en disputa de los jóvenes de la UNTDF". El objetivo del trabajo es, como primer avance, analizar los discursos emergentes de los y las estudiantes de la UNTDF sobre sus consumos de ficción en contexto de pandemia desde la perspectiva de los Estudios Culturales para registrar y poner en sentido las prácticas, discursos, usos y apropiaciones en un contexto donde las mediaciones tecnológicas se han profundizado, necesariamente, como consecuencia de las normativas dispuestas para todo el territorio nacional y, específicamente, para Tierra del Fuego. El abordaje metodológico de naturaleza cualitativa consistió en la realización de treinta entrevistas semiestructuradas en profundidad a estudiantes de diversos perfiles, niveles de cursada y disciplinas. Esto nos permitió identificar, de manera preliminar, algunos aspectos específicos en los consumos asociados a un contexto absolutamente disruptivo, lleno de incertidumbre que sustrajo de las aulas al estudiantado y lo re-ubicó durante un periodo prolongado en el interior de los hogares, cambiando drásticamente su rutina y conminándolo a la vida doméstica. Los resultados de este análisis nos permitirán comprender en mayor profundidad los diferentes sentidos en disputa que otorgan a sus consumos de ficción, así como el impacto de las mediatizaciones en contexto de pandemia sobre un actor clave en la constitución de las universidades: los y las estudiantes.

Palabras clave: comunicación, consumos, estudiantes, mediaciones, pandemia, territorios.

Abstract

This article is part of a PIDUNTDF research project (2019-2021) called "Cultural consumption: technological transformations and disputed meanings among the young people of the UNTDF". The aim of this work is, as a first insight, to analyze the emerging discourses of UNTDF students about their consumption of fiction in the context of a pandemic from the perspective of Cultural Studies, to record and make sense of the practices, discourses, uses and appropriations of these subjects at a time when technological mediations have necessarily



deepened as a consequence of the social distancing and lockdown regulations established for the entire world, our national territory and specifically for Tierra del Fuego. The methodological approach of a qualitative nature consisted in conducting 30 (thirty) in-depth semi-structured interviews with students of various profiles, levels of study and disciplines, which enabled us to preliminarily identify some specific aspects of consumption associated with an absolutely disruptive context, full of uncertainty that removed students from the classroom and placed them for a prolonged period inside their homes, drastically changing their routines and threatening them to domestic life. The results of this first analysis will allow us to understand in greater depth the impact on the subjectivities of the mediatizations in the context of a pandemic on a key actor in the constitution of universities: students.

Keywords: communication, consumption, students, mediations, pandemic, territories.

Recibido: 01/04/2022; Aceptado: 04/07/2022

La pandemia y el nuevo contexto de encierro del estudiantado universitario de la UNTDF

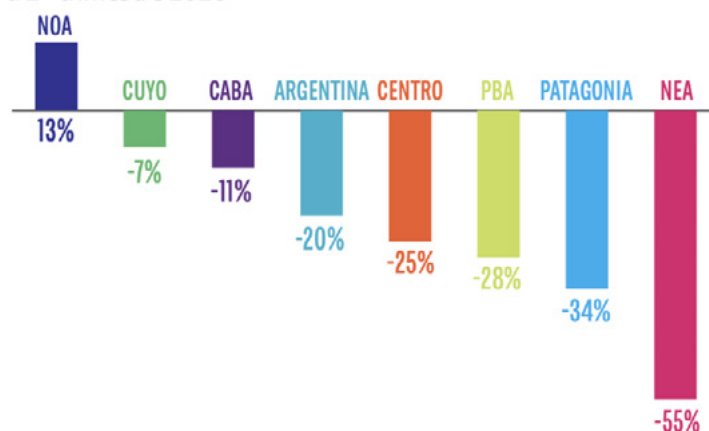
La pandemia ha generado, en forma directa e indirecta, una multiplicidad de problemas que han afectado de diferente modo a los integrantes de las comunidades. Desde marzo de 2020, el coronavirus se ha expandido sobre el entorno social global haciendo emerger sensaciones profundas de incertidumbre, inestabilidad, falta de proyección, dificultando la mensura del impacto en las subjetividades. Junto con la crisis sanitaria, parece avecinarse, con mucha potencia, una expansiva crisis económica, la destrucción de gran cantidad de actividades del mercado laboral y el derrumbe de todos los indicadores de bienestar social (Nercesian *et al.*, 2021). Por su parte, las universidades, al menos en la mayor proporción del mundo occidental, han incorporado, de manera caótica, y en otras, más ordenada, dinámicas de virtualidad, conexión en línea para el dictado de clases, propuestas de acceso gratuito a plataformas con contenidos, dinámicas asincrónicas y demás alternativas complementarias para que docentes y estudiantes transiten el contexto de pandemia.

En Tierra del Fuego, la universidad se replegó a estas dinámicas en el marco de las disposiciones nacionales y provinciales de DISPO y ASPO¹ reforzando las rutinas domésticas de aislamiento y encierro de las y los estudiantes. En este contexto, una dimensión que cobró especial relevancia es la evidente intensificación de los procesos de mediatización en contexto de aislamiento global donde el complejo fenómeno de la comunicación desde el lugar de la producción, el mercado y el Estado, la proliferación de múltiples pantallas y de diversos dispositivos digitales de las tecnologías de la comunicación, impactan cada vez con mayor potencia en los modos de apropiación y consumo.

Tal como ya ha sido demostrado desde el análisis comunicacional, sociológico e histórico, ni los dispositivos de la comunicación pueden pensarse por fuera de sus usos ni sus usos pueden comprenderse por fuera de los condicionamientos tecnológicos de un momento histórico determinado (Williams, 1992; Silverstone, 1990, 2006). Según un estudio del Sistema de Información Cultural de la Argentina (SInCA) 2021 sobre el impacto de la pandemia en las industrias culturales y los consumos culturales en el país, la comparación de los datos de producción cultural del segundo trimestre de 2019 y 2020 arrojó datos contundentes: todos los sectores sufrieron mermas en su producción, lo que resulta en una caída del 27% del VAB² cultural y ubica a este sector en el tercer puesto de los más afectados por la pandemia después de hoteles y restaurantes, con una caída del 73% interanual, y construcción con una merma del 52%. Por su parte, la Patagonia fue la segunda región más afectada del país con una variación interanual (2019/2020), con un valor negativo del 34% en la producción de las industrias culturales (Cuadro 1) afectando la dinámica de la oferta territorial y local en Tierra del Fuego y como consecuencia, su consumo.

1 El 20 de marzo de 2020 se reglamentó el Aislamiento Social, Preventivo y Obligatorio (ASPO), debiendo las personas permanecer en sus residencias y abstenerse de concurrir a sus lugares de trabajo, sin poder desplazarse por rutas, vías y espacios públicos, todo ello con el fin de prevenir la circulación y el contagio del virus (Decreto N.º 297/2020). Posteriormente, en junio de 2020, se dispuso el Distanciamiento Social, Preventivo y Obligatorio (DiSPO) para la regulación de las formas de circulación de acuerdo a las condiciones y modificaciones socio-epidemiológicas de los conglomerados o provincias (DNU N.º 520/2020).

2 Según el INDEC, el Valor Agregado Bruto (VAB) cultural mide el valor generado en la producción de bienes y servicios culturales finales dentro del espacio económico del territorio argentino, permite conocer cuál es el peso que el sector cultural tiene dentro de la producción nacional y cómo se comporta en el tiempo.

Cuadro 1: Variación interanual de ocupaciones culturales por región y total del país 2019-2020**Gráfico 31.** Variación interanual de ocupaciones culturales por región y total del país. En porcentajes. 2º trimestre 2019 a 2º trimestre 2020

Fuente: Cuenta Satélite de Cultura (DNNCN, SInCA), EPH (INDEC), 2021

Por su parte, los consumos de ficción audiovisual dialogan fuertemente con representaciones, imágenes, percepciones, sensibilidades de época y despliegan narrativas que se imbrican en los imaginarios sociales (Castoriadis, 1975). En el enfoque teórico se jerarquizaron tres grandes núcleos problemáticos: los consumos culturales, las mediaciones tecnológicas y las juventudes (Car y Ader, 2021) al tiempo que para indagar en los sentidos que los y las estudiantes atribuyen a los consumos en pantallas, y más especialmente en consumos de ficción, fue necesario un abordaje metodológico de naturaleza cualitativa.

En el análisis se identificaron tres ejes que fueron cobrando mayor relevancia respecto del contexto de aislamiento en pandemia: una intensificación de los consumos de ficción comercial internacional en plataformas en *streaming*, la emergencia de prácticas nuevas así como la mayor recurrencia de diversos usos que tienen como finalidad encontrar nuevos modos de compartir y estar con otros (Martín Barbero, 1996, 2015) y una problemática, vergonzosa e intensa relación con la televisión con mayor repliegue a los espacios privados del hogar.

Estrategia metodológica

Según Restrepo (2012), el estudio de la comunicación debería integrar los procesos objetivos y subjetivos, y eso solo puede hacerse mediante modelos teórico-metodológicos multidimensionales. De acuerdo a los objetivos del presente estudio se utiliza un enfoque cualitativo ya que el interés se centra en comprender e interpretar los consumos de ficción audiovisual en los jóvenes de la UNTDF en contexto de pandemia. Por lo tanto, el diseño de investigación corresponde a un estudio descriptivo con fines interpretativos. El carácter descriptivo se relaciona con los objetivos de identificar y caracterizar los discursos, prácticas y escenarios restringidos y de confinamiento en los que los y las jóvenes consumen ficción audiovisual teniendo especial atención a los modos en que las mediaciones tecnológicas intervienen en los procesos de disputa y producción de sentido.

El trabajo de campo se realizó con jóvenes de 18 a 35 años ya que es un rango de edad internacionalmente establecido (Moreno Domínguez, 2008) de diversa extracción socioeconómica (si posee vivienda propia, auto, trabajo, si es jefe o jefa de hogar, etc.) que abarcaron

variables duras y blandas incluyendo aspectos tales como la brecha en el acceso a los consumos culturales (cantidad de pantallas y celulares por familia, pagos de servicios de internet y plataformas en *streaming*, entre otras). También se tuvo en cuenta para la composición de los grupos y diversidad de perfiles, la proporción en el género y la pluralidad de carreras (Tabla 1) ancladas en los tres institutos de la UNTDF (ICSE, IDEI e ICPA)³. La forma de selección e identificación de los estudiantes fue a través de la técnica de bola de nieve a partir de contacto personal en el ámbito de la universidad (sede Ushuaia). En total, se realizaron treinta entrevistas semiestructuradas en profundidad.

Tabla 1: Composición de los y las estudiantes entrevistados

-----	-----	Cant. estudiantes
Género autopercebido	Femenino	17
	Masculino	13
Carreras	Contador	2
	Lic. Economía	3
	Lic. Gestión Empresarial	2
	Lic. Sistemas	2
	Lic. Medios Audiovisuales	8
	Lic. Sociología	4
	Lic. Ciencias Políticas	3
	Lic. Geología	3
	Lic. Biología	3
Total	-----	30

Fuente: elaboración propia, 07/2022

La entrevista en profundidad es una técnica privilegiada para acceder y comprender la centralidad de los discursos y procesos comunicacionales que están inmersos en la práctica social puesto que se establece una relación estrecha entre comunicación y cultura. Es una técnica que cuenta con las ventajas del levantamiento de información individual, de tal manera que se acomoda a la disponibilidad de acceso y tiempo del entrevistado. En este sentido, en la progresión de las entrevistas se fueron incorporando aspectos preliminares de las anteriores. Se tuvo en cuenta la aplicación secuencial de las entrevistas para una mejor y mayor focalización de los ejes a indagar al tiempo que no se descartó continuar con la ampliación de la muestra donde no apareció cierta saturación de las temáticas indagadas. En este proceso, por los mismos condicionamientos del contexto, las entrevistas se realizaron virtualmente a través de la plataforma Meet que posibilitó la grabación audiovisual y posterior desgrabación a través del uso de un *software*. Si bien es evidente que en el registro del contacto cuerpo a cuerpo hay sentidos que se ven relegados, lo cierto es que la plataforma permitió avanzar con las entrevistas⁴, tener registro audiovisual de ellas, gestionar fácilmente los contactos, y reducir tiempos de trabajo de coordinación, espacios, traslados, etc. Cabe destacar que cuando se empezó a estudiar la in-

3 Si bien la universidad se integra por cuatro institutos, solo tres tienen estudiantes de grado: Instituto de Cultura, Sociedad y Estado (ICSE), Instituto de Desarrollo e Innovación (IDEI) e Instituto de Ciencias Polares y Ambiente (ICPA).

4 En este sentido, Ardèvol (2003) se preguntaba en términos metodológicos ya un par de décadas atrás: ¿Qué de novedoso hay en los trabajos etnográficos online? ¿Nos sigue siendo útil la observación participante y la entrevista semiestructurada para los nuevos entornos virtuales? ¿Cuáles son sus límites y posibilidades? Según esta autora, en cualquier campo en el que nos centramos, las tecnologías juegan un papel que no podemos determinar a priori.

fluencia de las nuevas tecnologías en nuestras sociedades, se partió de una diferencia “radical” entre el mundo virtual y el mundo real, había una dicotomía entre el *online* y el *offline*. Se creía que las relaciones virtuales no eran tan auténticas ni fundamentadas como las mediadas. Estudios etnográficos demostraron que esa dicotomía no siempre funciona ni era percibida como tal por la gente, sino que los espacios sociales que la gente crea permea los mundos donde se interactúa⁵.

Por otro lado, en los manuales clásicos, la entrevista sirve para obtener datos que dan acceso a hechos del mundo. La entrevista habla del mundo externo y, por lo tanto, las respuestas de los informantes cobran sentido por su correspondencia con la realidad fáctica. Desde esta perspectiva, los problemas y limitaciones de esta técnica surgen cuando esa correspondencia es interferida por mentiras, distorsiones de la subjetividad e intromisiones del investigador. Entonces, las dimensiones previamente definidas son punto de partida y no matriz que estructura y organiza la entrevista como instrumento de recolección de información. Según Rosana Guber (2012)⁶, las entrevistas son “ejemplos de metacomunicación, enunciados que informan, describen, interpretan y evalúan actos y procesos comunicativos”, que muestran los “repertorios de eventos meta-comunicativos” de comunidades de hablantes.

Con relación al diseño del instrumento se manifestaron múltiples tensiones y decisiones metodológicas que se fueron adoptando desde el inicio de las entrevistas. Por un lado, nos propusimos trabajar con dimensiones (del consumo, de las mediaciones tecnológicas, de los jóvenes y del territorio en pandemia). Sin embargo, en la organización del discurso de los y las entrevistados/as las dimensiones se solapan, se refuerzan, se desplazan todo el tiempo.

Una especificidad de las condiciones mediáticas territoriales que afectan directamente las posibilidades de elegir los consumos audiovisuales es el estado de precarización y subsistencia del entramado mediático de Tierra del Fuego que se caracteriza por un estado de proliferación mediática (es decir, muchos medios) asociado no a una lógica de desarrollo sino de subsistencia en una dinámica de permanente precarización (Ader *et al.*, 2014; Car, 2019; Car *et al.*, 2019). Esto, que claramente impacta en las opciones de consumo en términos de contenidos locales de ficción casi inexistentes, fundamenta la necesidad de indagar una dimensión que atraviesa el proceso de interpelación de estos estudiantes como público respecto de las referencias identitarias asociadas a la fueguinidad, máxime cuando en pandemia y por contexto de aislamiento, las mediatizaciones fueron, de manera casi exclusiva, los modos de relacionarnos con ese nuevo “afuera o exterior”.

Con tal horizonte, la pregunta que atraviesa todas estas dimensiones es: ¿Qué buscan y qué encuentran los y las estudiantes de la UNTDF en contenidos audiovisuales de ficción en el contexto de pandemia?

5 En consecuencia advierte: Señalar que precisamente la mediación tecnológica, exigiendo un proceso reflexivo y de construcción de identidad en línea del investigador, es parte constituyente y constitutiva del propio objeto de estudio, así como de todas las fases del proceso etnográfico. Si lo tecnológico es social (Latour, 2001), nuestro objeto de estudio entonces es aquella hibridación tecnosocial que va más allá del texto y más allá de una mirada exclusivamente sociológica o psicosocial centrada en el sujeto o en el discurso textual. La etnografía virtual es entonces una oportunidad para transformar reflexivamente el propio método y replantear los supuestos teóricos y epistemológicos que sustentan nuestra relación con lo técnico (Ardèvol, 2003, p. 89).

6 Si bien existen preguntas cerradas, abiertas o de multiple choice, para Guber ya la pregunta en sí misma es un marco de interpretación donde lo verbalizado tendrá sentido para el universo cognitivo de la investigación.

Los consumos, las mediaciones tecnológicas y las juventudes

La manera de entender el consumo como una práctica social se inscribe en las tradiciones de los Estudios Culturales (Hall, 1990; Silverstone, 1994; Williams, 1992; Thompson, 1998; Morley, 1996, entre otros). A diferencia de los estudios administrativos norteamericanos que se refieren a las audiencias en términos “objetivos”, “empíricos” y de alguna manera “administrables” desde una perspectiva positivista, la noción de consumo intenta comprender los sentidos que se producen en esa práctica que constituye a los sujetos como audiencias, televidentes, espectadores, libres usuarios, etc. En esta misma línea y bajo la evidente formación de estos estudios, Mata define los consumos de los medios audiovisuales como: “conjunto de prácticas socioculturales en las que se construyen significados y sentidos del vivir [...]. De ahí que, más allá de la dimensión estrictamente económica, el consumo empieza a ser pensado como espacio clave para la comprensión de los comportamientos sociales” (Mata, 1997, pp. 7-8).

Para abordar el acercamiento teórico se dispuso un recorte que organiza tres ejes que atraviesan nuestro objeto de indagación: consumos, mediaciones tecnológicas y juventudes. Para el primer eje, el enfoque de Silverstone (1994) en *Televisión y vida cotidiana* contrapone esta forma de concebir al destinatario y desarrolla en profundidad la aproximación a la noción de consumo como una práctica compleja, trascendiendo las visiones instrumentales. Un segundo eje que se desarrolla en la investigación es el de las mediaciones tecnológicas. Según Thompson, las industrias mediáticas son aquellas instituciones cuya especificidad se asocia a la producción de mensajes y sentidos que se producen a través de la imagen y/o sonidos más allá del contacto cara a cara, transformando la organización temporal y espacial de la vida social. Estos productos circulan y se consumen en diferentes formatos y géneros en una sociedad mediatizada creando: “nuevas formas de acción e interacción en la sociedad, nuevos tipos de relaciones sociales y nuevas maneras de relacionarse con los otros y con uno mismo” (Thompson, 1998, p. 19). Esta conceptualización si bien tiene más de dos décadas parece absolutamente potente para definir el entramado mediático actual. Otra delimitación central para abordar este eje es el concepto de mediación en los términos que históricamente la ha planteado Martín Barbero (1987), es decir, la mediación como lo que se encuentra entre el sujeto y los medios, o al decir de Mata: “las mediaciones como esos lugares que condensan, concentran y potencian la producción social del sentido” (Mata, 2014, p. 34).

La idea de estar con otros, la experiencia de estar con otros en contexto de confinamiento, la manera en que expresa que está con otros, con sus diferentes grupos de amigos está totalmente integrada con su mediación tecnológica, modo de ser propio de las juventudes que no solo se apropian y usan las tecnologías con una destreza muy cercana a la definición McLuhiana que las concibe como extensiones del cuerpo humano (McLuhan, 1996) sino que las experimentan y las articulan en el lenguaje disolviendo las distancias espaciales de los modos de estar sin contacto cara a cara. Esta apreciación bastante reconocida en la relación de las mediaciones tecnológicas en las juventudes, pero no por eso menos impactante al hacer visible el modo de producir sentido tan orgánico a la fusión de sus cuerpos con la tecnología hizo emerger la necesidad de profundizar en el alcance y los diversos modos en que las mediaciones tecnológicas se producen entre lo que buscan estos y estas jóvenes estudiantes y lo que encuentran en pandemia.

Las mediaciones tecnológicas mutan, se transforman (Carlón y Scolari, 2009; Scolari, 2008) y sus procesos de desplazamientos y reconfiguraciones en la escena global son cada vez más opacas en términos de procesos de individuación desde el uso (y abuso) de los algoritmos (Van Dijck, 2016; Magnani, 2019; García Canclini, 2019) en una expansión vertical y horizontal de muy pocas empresas globales hiperconcentradas y casi totalmente desreguladas (Google, Meta, Amazon, etc.) que se desmarcan de sus responsabilidades públicas como actores comunicacionales y se autodeterminan para eso como “empresas tecnológicas”. En este sentido, un lu-

gar válido de reflexión para repensar y problematizar el concepto de mediación de los 90 emerge como pregunta para pensar la especificidad de las mediaciones tecnológicas en las nuevas pantallas (Murolo, 2012, 2014, 2021) y teniendo en cuenta que este autor plantea una doble mediación de la televisión de esa época en tanto simulación del contacto y retórica del directo: ¿es posible establecer continuidades y rupturas de la televisión a las OTT (*Over The Top*)?

Según Varela (2010), no se trata de dejar de lado las categorías históricamente relevantes, por el contrario, se trata de poder reconocer a la luz de las transformaciones de época las continuidades y rupturas que presentan para comprender esas nuevas especificidades de los consumos y su profundización en contexto de pandemia.

Como último eje teórico se encuentran las juventudes en plural. La vida de los y las jóvenes y sus comportamientos van cambiando conforme a lo que los mercados van delimitando. Pensarla como un estadio y no como una delimitación a rajatabla también tiene que ver con una mirada actualizada sobre la juventud que cada vez amplía más sus rangos. ¿Cuándo termina la juventud? ¿Quién determina su fin? Según Margulis y Urresti (1996), la juventud o, más bien, las juventudes, no son una condición natural de la vida sino construcciones históricas. Homogeneizar los distintos juveniles sobre la base de una pertenencia generacional suele ser una falacia analítica habitual. Además, en el contexto de aceleración tecnológica y sus mediaciones, uno de los lugares fuertes para reflexionar acerca de los frágiles modos de construcción de identidades, juegan un papel fundamental los sistemas de modas y su impacto en las redes de sentido instituidas en los contenidos y los límites del mundo juvenil. De esta manera, los consumos de ficción de los jóvenes construyen identidades juveniles. Como características estables, la fragilidad, inestabilidad e incertidumbre parecen constituirse como aspectos a considerar en la construcción de estas identidades donde la vestimenta, los adornos, los peinados se organizan por la diferencia (de clase, estilo, sexo, edad, género, entre otros). En esta relación entre culturas juveniles y modas juega un papel importante el elemento de la temporalidad: lo antiguo y lo nuevo, lo clásico y las vanguardias, lo viejo, lo joven (Bourdieu, 1991).

La juventud percibe y asume las relaciones sociales a través de la sensibilidad, el joven que no habla con el adulto, pero que dice mucho a través de sus maneras, su ropa, música, cine, entretenimiento y gustos que los ayudan a formar grupos atravesados por la misma sensibilidad que responde a la sociabilidad (Martín Barbero, 2015). Según los estudios sobre consumos culturales y juventudes de Murdochowicz (2008, 2019), ellos mismos van habitando los espacios y haciéndolos propios, esta conectividad les dio autonomía mucho antes de la propia independencia desde una edad temprana. Ser joven hoy implica utilizar diversas herramientas técnicas para la interacción cotidiana (Elbaun, 1996). Esa interacción tecnológicamente mediada permite vivir las relaciones espaciales de manera más flexible. En este sentido, puede decirse que los artefactos tecnológicos instauran “mundos de la vida” (Tully y Alfaraz, 2015).

Una mención específica del desplazamiento o la emergencia de las juventudes como sujetos empíricos en los estudios de consumos culturales aparece referida en la investigación de Grillo *et al.* (2016) al referirse a:

... la investigación Chaves (2011) ya que no se ocupa de la cuestión del consumo cultural como eje central pero sí permite dar cuenta de la importancia que la dimensión cultural ha ganado en los estudios sobre la configuración de las juventudes contemporáneas. Mediante una detallada revisión bibliográfica, la autora confirma su hipótesis de que se produjo un giro cultural en los estudios de juventud en América Latina. Señala asimismo que los autores latinoamericanos fueron buenos lectores de las discusiones de los Estudios Culturales en la medida en que impactaron en sus investigaciones pero, al mismo tiempo, mantuvieron la preocupación por la cuestión de la clase social. El giro cultural

en los estudios de juventud consistió en un desplazamiento de la mirada hacia el análisis de la construcción cultural de la juventud y la construcción juvenil de la cultura. (Pág. 73)

Si bien la categoría de juventud o juventudes asociada a los consumos culturales se ha ido transformando sensiblemente en las últimas décadas, durante la pandemia se potenciaron sentidos sobre las juventudes como actores peligrosos. Un informe de medios que realizamos recientemente en el marco de un Proyecto PISAC (2021)⁷ con más de 100 investigadores de 18 universidades en todo el territorio nacional, identificó que existen fuertes condiciones de estigmatización hacia las juventudes en contexto de pandemia en el tratamiento mediático a partir del uso de ciertos ideogramas como el de las “fiestas clandestinas”, “juventudes irresponsables”, entre otros. Durante la pandemia, las juventudes aparecen mediáticamente representadas de forma generalizada como personas peligrosas, descontroladas, irresponsables, transgresoras, culpables de la diseminación del virus y de sus consecuencias. Por tanto, uno de los esfuerzos centrales en el análisis se orientó hacia la caracterización de los diferentes sentidos y prácticas de las juventudes fueguinas que estudian en la UNTDF, atravesados por los modos en que impactan las particularidades del contexto de aislamiento en pandemia sobre el territorio⁸.

La pandemia y los dispositivos tecnológicos

Si los dispositivos geolocalizan, si los datos se procesan, si los smart devices se activan con los sonidos y con las voces, si los países con menos peso relativo en el plano global tienen menos poder de regulación en la protección de los datos (Sadin, 2018, 2020, 2022), en lo que parece ser una nueva fase del capitalismo avanzado conocida como capitalismo de datos, de plataformas, cognitivo, entre otras (O’Neil, 2016; Magnani, 2019; Fisher, 2018): ¿Cómo podría estar mediando toda esta opaca complejidad algorítmica entre lo que buscan y lo que efectivamente encuentran? ¿Cómo incorporar, por ejemplo, esta dimensión en el ciclo del consumo cuando en contexto de pandemia todas estas mediaciones se profundizan indefectiblemente?

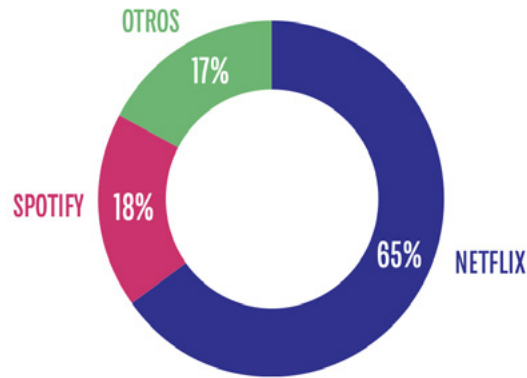
De acuerdo con lo que muestra un informe de producción y consumo cultural del SInCA en base a información de la Dirección Nacional de Cuentas Internacionales, durante el segundo trimestre de 2020, la penetración de las plataformas de exposición de contenidos audiovisuales muestra una marcada concentración y extranjerización que se acentúa durante la pandemia (Cuadro 2). Según las estimaciones realizadas por el SInCA (2021), del total de importaciones de servicios audiovisuales digitales, el 65% corresponde a Netflix, el 18% a Spotify y el 17%, al resto de las plataformas. Entre las iniciativas nacionales sobresale la de Cine.ar (plataforma gratuita de exposición audiovisual de contenidos nacionales), que muestra un crecimiento del 30% en cantidad de usuarios entre enero y julio del 2020 (Cuadro 3).

7 El relevamiento mediático es una tarea realizada en un proyecto PISAC 2020 que dirigió Javier Balsa, donde se consignaron y analizaron casi 100 horas de televisión para observar especialmente el tratamiento mediático de la pandemia y pospandemia.

8 Este artículo se enmarca en un proyecto de investigación PIDUNTDF (2019-2021) denominado “Consumos culturales: transformaciones tecnológicas y sentidos en disputa de los jóvenes de la UNTDF” integrado por Valeria Car, Natalia Ader, Cinthia Naranjo, Ayelén Martínez y Andrea Paduan.

Cuadro 2: Composición de las importaciones de servicios audiovisuales digitales por plataformas de streaming. 2do trimestre 2020

Gráfico 20. Composición de las importaciones de servicios audiovisuales digitales por plataformas de streaming. En porcentajes. 2º trimestre 2020

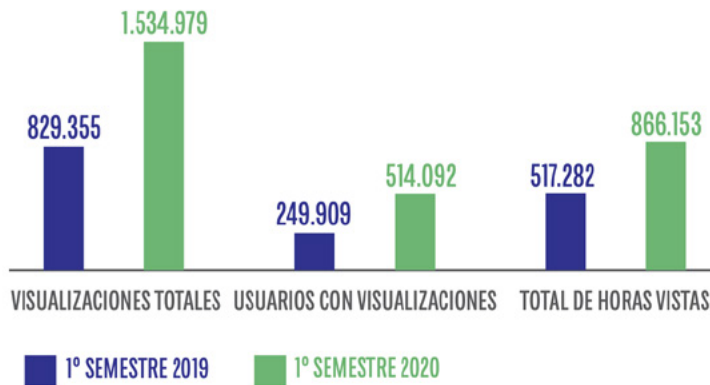


Fuente: SInCA en base a información de la DNCI, INDEC.

Nota: tomado de SInCA en base a información de la DNCI, INDEC, 2021

Cuadro 3: Visualizaciones, usuarios con visualizaciones y horas de vistas 2019-2020

Gráfico 24. Visualizaciones, usuarios con visualizaciones y horas vistas. Plataforma Cine.ar, 1º semestre 2019 y 2020



Fuente: Elaboración de la CSC sobre datos del INCAA.

Nota: tomado de Cuenta Satélite de Cultura sobre datos del INCAA, 2021

Cine. Estrenos y espectadores

Aunque no son comparables, pero para considerar a modo de referencia, en 2019 se estrenaron en cine 265 films nacionales, que contaron con un total de 4 millones de espectadores en todo el país. La película nacional más vista ese año fue "La odisea de los giles" con un total de 1.840.000 de espectadores.

Los consumos de los estudiantes en tanto juventudes

Así, durante el proceso de entrevistas emergió una complejidad a tener en cuenta: el distanciamiento generacional en los consumos de los y las jóvenes estudiantes de la UNTDF. Si bien la categoría de juventudes se problematiza desde el marco teórico, no era suficiente advertir su complejidad desde lo conceptual, era necesario re-conocer los circuitos de consumo, las plataformas más usadas, las aplicaciones y estrategias para piratear contenidos, la

idea y uso que hacen de la ficción para expandir ese concepto a otras prácticas y consumos en contexto de pandemia, entre otros aspectos. Se trata de reducir la distancia entre posición de extrañamiento sobre los y las jóvenes estudiantes para naturalizar esas formas de apropiación y consumo que no estaban en sentido con la práctica como investigadora.

Aquí parece justo reconocer en la figura de Jenkins (2006) ese doble modo de producción como fan y académico. Si como plantea Martín Barbero (2008) no hay juventud, sino juventudes; sí para comprender aspectos centrales de esas juventudes es necesario conocer los modos de estar entre ellos y con otros; si los consumos culturales son lugares estratégicos para visibilizar los mecanismos que entran en juego en la construcción de esas identidades, esta metodología nos propone de alguna manera “juvenilizarnos” para establecer un vínculo más potente con quien entrevista. En ese sentido, Jenkins, por ejemplo, reconoce como lugar legítimo y enriquecedor los diferentes foros sin filtro donde fanáticos e intelectuales (también fanáticos) establecen interacciones y producción de conocimiento, convirtiéndose en un espacio sin jerarquías académicas (sí hay jerarquías referidas a otras lógicas) muchas veces recuperando saberes de los fanáticos que permiten a los intelectuales mejores procesos de comprensión de esos consumos.

Es importante considerar que estas aseveraciones contienen definiciones y aproximaciones muy problemáticas acerca de las relaciones de poder, historicidad de los usos, enfoque de los procesos tecnológicos, y aspectos que entran en juego en relación a los procesos de interpelación (desde los procesos de datificación, monetización, diseños de complejos algoritmos, aplicación de *e-learning* e inteligencia artificial, entre otras formas que operan actualmente en las mediatizaciones y consumos) con los saberes de los jóvenes en correlato con expresiones de la cultura popular contemporánea y las propuestas de producción de ficción en diferentes dispositivos y modos de producción donde emergen transformaciones y correlatos de lo que conocemos como comunicación masiva.

Nuevamente lo metodológico deviene discusión teórica y necesidad de asumir decisiones fundadas en esos recortes y aproximaciones, máxime en un contexto donde las mediatizaciones tecnológicas han sido casi exclusivamente la única manera de conectarnos, conocer e imaginar la realidad social del entorno y del mundo en contexto de pandemia.

Respecto de la problematización sobre la juventud surgieron distintos contrapuntos que enriquecen el análisis. En las situaciones de entrevistas trabajadas, y por trabajar, son los tiempos que obedecen a diferentes lógicas en cada caso. Además de la recurrente vergüenza sobre el posible uso y consumo de la televisión, la situación de entrevista era vertiginosa, en la mayoría eran reflexiones, introspectivas, de tiempos más laxos con intervalos de muchos momentos de silencio. Esto tensiona la idea de joven como habitante exclusivo de un tiempo otro, de una percepción acelerada de las rutinas en la vida cotidiana y de ciertas formas de pensar las juventudes como sujetos de una época irreflexiva y posmoderna y, probablemente, se encuentre atravesado por la condición de estudiante universitario/a en instancia de formación superior. Entonces, si bien no hay un único eje sobre su propia definición de jóvenes, una de las variables compartidas refiere a la delimitación del grupo etario: “Me considero joven en rango etario, nada más, que es hasta los 29 años. Había leído que uno es joven por esa clasificación, después creo que sería la única clasificación que yo haría por la que me considero joven” (entrevista propia, estudiante de Sociología).

A su vez, hay una frecuencia considerable respecto de su autopercepción como jóvenes y las actividades que realizan:

Tengo 27 y todavía sigo haciendo cosas que por ahí mi mamá o mi viejo a mi edad ya no hacían. Por ejemplo, me tuvo a los 19 años, a mi mamá la tuvieron

a los 18; yo tengo 27 y sigo saliendo con mis amigas. Me considero bastante joven. Yo estudio, trabajo y todo, pero a mí me gusta mucho salir. Entonces me junto con mis amigas para movernos de acá para allá. Vuelvo bastante tarde. Todo el mundo me dice que tengo menos edad de lo que tengo. Y me lo dice porque tengo 27 y todavía sigo haciendo cosas. (Entrevista propia, estudiante de Ciencias Políticas)

Yo creo que por las salidas que tengo los fines de semana o fuera un montón de cosas por ahí. Por no tener hijos, también como por ese lado, no tengo otras responsabilidades más que estudiar y trabajar (entrevista propia, estudiante de Contador Público).

Para mí es tener energía, ganas de salir, no solamente en la noche, sino salir a caminar. De hecho, ahora hay que ir a caminar porque estaba viendo el día y tenía ganas salir. Y si lo voy a hacer por ahí, lo veo más por hacer algo con ánimo, con ganas de estar con amigos, salir bien, estar sola. (Entrevista propia, estudiante de Gestión Empresarial)

Además, es interesante de observar cómo la juventud se posiciona respecto a la proyección a futuro, así como al propio registro de sus experiencias pasadas:

Creo que es porque tengo muchos planes a futuro, que recién estoy empezando en mi familia. Recién estoy empezando una carrera. Siento que tengo un poco más de experiencia que hace unos años, pero sí me considero joven por eso, porque recién estoy arrancando con mi familia, con los estudios, con empezar a cumplir mis metas. (Entrevista propia, estudiante de Sistemas)

Aun así, en algunos estudiantes la juventud pareciera implicar una falta de responsabilidades que delimitan el traspaso entre la juventud y la madurez:

Yo asocio la juventud a tener algún grado de independencia por ahí de lo rutinario de la sociedad. Y creo que ya con las responsabilidades que tengo asumidas desde hace unos años, más la dinámica propia de mi vida. Creo que la juventud ya la dejé hace un tiempo. (Entrevista propia, estudiante de Ciencias Políticas)

En algunas situaciones los estudiantes pueden reconocer la importancia en la elección de sus consumos y el modo en que le atribuye identidad juvenil:

Y estar bien de ánimo, bien de energía, de espíritu, tener ganas de hacer cosas. Eso sí, me considero con "cara de tengo muchas ganas". No sé si lo podré concretar, de viajar, de conocer cosas nuevas, de seguir investigando, de consumo. (Entrevista propia, estudiante de Gestión Empresarial)

Cuando era más joven estaba más al día con la música. Entonces conocía todas las bandas, todos los temas. Salía. Sabía que estaba por salir un disco. Leía incluso en las revistas, las revistas de música. Veía qué estaba por salir o por qué no estaba por salir. Y cuando me di cuenta de que ya no estaba al día con estas nuevas tendencias, me di cuenta de que ya no era tan joven. O sea, los nombres de las bandas nuevas, por ejemplo, porque me había quedado ahí con bandas de mi época. Y que por ende lo mismo me puede pasar ahora también con las redes sociales o con los últimos programas que están saliendo o bandas que están saliendo que yo no las conozco. Entonces, eso es lo que a mí me da la pauta de pensar, bueno, ya soy más adulta, ya no soy tan joven. (Entrevista propia, estudiante de Ciencias Políticas)

En el transcurso de las entrevistas fue posible descubrir e incorporar temáticas del universo de nuestra propia práctica, y realizar algunas preguntas previas sobre ellas. Esto último obtuvo un despliegue y profundización en las reflexiones individuales, que movilizaron la propia hipótesis, los procesos de análisis y la posibilidad de abordar categorías emergentes. Aun entrelazando los consumos con las juventudes, es posible advertir el peso que contienen las trayectorias familiares, como proceso de socialización primaria, en las subjetividades y los gustos personales:

Yo creo que lo relaciono más con mi herencia familiar, porque en mi casa siempre escuchamos música y era levantarnos, poner música, ver el noticiero de comprar música, para limpiar y siguiendo esa tradición me parece más que por la juventud. (Entrevista propia, estudiante de Sistemas)

En relación con los consumos que cambiaron, se intensificaron o aparecieron nuevas prácticas durante la pandemia, los y las estudiantes manifestaron:

Antes de la pandemia me juntaba con un amigo a ver una película que queríamos. Y ahora estoy bastante normado, pero con un amigo nos juntábamos una vez por semana a ver películas. Y después por ahí hay pero no es ficción. Es un programa de radio que se transmite por Vorterix. (Entrevista propia, estudiante de Medios Audiovisuales)

En cuanto al contenido no, pero sí por ahí lo que se modificó con la pandemia fue la frecuencia. Mirar más tele, pero el contenido no. (Entrevista propia, estudiante de Sociología).

Ahora en la cuarentena sí vemos el noticiero. Pero generalmente, por ejemplo, hasta recién estaba apagada la tele. Porque somos más de consumir en el celular. Yo cuando no estaba en pandemia trabajaba mucho tiempo y estudiaba. Perdía los programas y después la veía por YouTube. (Entrevista propia, estudiante de Sistemas)

En relación con los temores, las sensaciones de incertidumbre, los consumos audiovisuales parecen haberse orientado inicialmente hacia géneros más informativos que de ficción:

Nunca me gustó mucho mirar televisión. Como que directamente me acuerdo que al inicio de la pandemia yo miraba todos los días el noticiero con mi abuela que estaba muerta de miedo por el coronavirus y después hubo una saturación y ya directamente no me interesaba nada, nada, absolutamente nada. Dejé de ver tele: (Entrevista propia, estudiante de Medios Audiovisuales)

Teatrix no sé cuándo se fundó, creo que hace varios años. Yo, por lo menos, la empecé a usar este año. No la empecé a usar por la pandemia. (Entrevista propia, estudiante de Sociología).

También durante la pandemia no solo aparece la reclusión en las casas familiares o unifamiliares. Al mismo tiempo se trastocan todas las rutinas de la vida laboral y social, generando un tiempo mucho más importante de ocio:

El 90 por ciento te diría que lo pasé en mi habitación (ja, ja). Y el resto en la televisión del comedor que no se usa mucho, pero cuando a veces hay algo, que no suele pasar, pero por ahí me interesa. Al principio de la pandemia generalmente no compartimos con mi familia consumos ficcionales ni nada de eso. Pero al principio de la pandemia, el primer mes, los primeros dos meses,

vimos bastantes series y películas todos juntos. (Entrevista propia, estudiante de Medios Audiovisuales)

Respecto de los consumos compartidos como formas necesarias, creativas y nuevas de sostener diversos modos de socialización en pandemia se fortalecieron las mediaciones tecnológicas que permitían compartir en línea consumos audiovisuales con otros y otras: “Tengo amigos en común que vemos la misma serie. Nos ponemos de acuerdo en la pandemia” (entrevista propia, estudiante de Biología). “Y, generalmente, vemos juntos, como a los dos nos gustan las cosas de misterio, los programas de cocina. Vemos eso juntos porque son ya series, cosas que nos gusta ver juntos” (entrevista propia, estudiante de Sistemas). “Si Netflix lo tiene, lo usamos un montón con amigos y compañeros de la facu. Decidíamos qué ver y nos pasábamos el link, mirábamos en línea como si estuviéramos pochocleando todos juntos” (entrevista propia, estudiante de Informática). “Si está por Netflix, alguno de nosotros transmite y la vemos en su pantalla, digamos. Vemos la película (...) hacemos eso desde que empezó la cuarentena” (entrevista propia, estudiante de Informática).

Además, del relato de los y las estudiantes se desprende el aumento en los consumos de ficción, especialmente en plataformas. Como práctica usual también aparece el “maratoneo”, especialmente en la plataforma Netflix: “Vi mucha, mucha ficción, mucho más que en otras épocas, maratón a pleno, encerrado solo para ver ficción. Claro, por el tema de no estar trabajando. Sí, tuve mucho más tiempo” (entrevista propia, estudiante de Biología). “En la pandemia miré muchísimas series, siempre me gustó mirar series, pero estuve mirando, tengo Netflix, así que, aproveché bastante” (entrevista propia, estudiante de Medios Audiovisuales).

Otro aspecto que se intensificó fue el uso de las redes y de los grupos de WhatsApp al momento de informarse, obtener recomendaciones o circular sugerencias:

Sí, tengo, si veo algo que valga la pena, lo recomiendo rápidamente. Tengo algunos grupos y también redes sociales, pero más que nada por WhatsApp. Pero sí pasa un montón que, por ejemplo, las redes sociales e Instagram son adictivas. No tengo Twitter, pero Instagram y Facebook son las redes que más uso. Y si se habla mucho de alguna película también lo tomo. (Entrevista propia, estudiante de Licenciatura de Turismo)

Con la familia nos mandamos un WhatsApp y decimos de ver tal película. Después hacemos todos comentarios: che, pero no estaba tan buena como decía, me la vendieron y al final no y cosas así. Generalmente con grupos de la familia. (Entrevista propia, estudiante de Medios Audiovisuales)

Con relación a los cambios drásticos en las rutinas domésticas en contexto de pandemia vinculado a la universidad, varios estudiantes, especialmente quienes se encuentran en años más avanzados de sus carreras comentaron que aprovecharon el tiempo para estudiar y ponerse al día con algunas cursadas y materias:

Me concentré en encerrarme en la universidad. Y costó mucho tener tiempo para otras cosas, porque fue un cuatrimestre complicado, me estaba costando bastante. (...) Traté de tener tiempo para mirar, de vez en cuando, una película, leer algún que otro libro que había dejado olvidado. Pero tampoco es que tenía mucho tiempo, la universidad consume bastante. (Entrevista propia, estudiante de Biología)

No uso Facebook. Ahora no uso nada. Me parece que hoy las personas le dan mucha importancia a eso, a la conexión social con otros. Y yo, por ahí, mi relación pasa más con los libros, cuando tengo algo voy, busco, pero es algo más

académico. O sea, siento que, a mí, la universidad me consume mucho también. Claro que no me queda tiempo para lo otro (...) Estoy como muy chupada por la universidad. (Entrevista propia, estudiante de Ciencias Políticas)

La vergüenza a la televisión: hacia la elaboración de una categoría de análisis

El carácter disruptivo de la pandemia de covid-19 y las medidas sanitarias adoptadas para mitigar su potencial de daño (ASPO), aparecieron como una circunstancia excepcional que permite vislumbrar la heterogeneidad y diversas mediaciones tecnológicas de la producción cultural. En el conjunto de sectores afectados de modo directo por la suspensión de la presencialidad, la caída es muy superior al promedio del sector cultural en general. Esto sucedió también con casi todos los consumos culturales, por el contrario, con el consumo de televisión mantuvieron el mismo nivel de actividad interanual (SInCA, 2022).

Como punto de partida nos propusimos trabajar con dimensiones (del consumo, de las mediaciones tecnológicas, de los estudiantes universitarios, de la ficción y del territorio en pandemia). Sin embargo, en la organización del discurso los y las estudiantes verbalizaron dimensiones que se solapaban y se desplazaban todo el tiempo, reorientando las preguntas preliminares para profundizar en la emergencia de referencias que cobraban mayor preponderancia en la escena de los consumos. Del mismo modo, el mandato global de aislamiento, distanciamiento social y/o cuarentena resituó a los y las estudiantes fueguinos al interior de los hogares acotando sus vínculos cotidianos a sus núcleos familiares, rediseñando las rutinas de la vida doméstica en un contexto de profunda incertidumbre cuyas referencias con el exterior quedaban confinadas a las pantallas del hogar y los dispositivos celulares, revitalizando también el lugar de la televisión, las redes sociales, los consumos en streaming, entre otras; reduciendo significativamente la comunicación cara a cara, la experiencia de estar con otros, y, en definitiva, en los modos de representar y representarse. Ya en contexto de prepandemia, la última Encuesta Nacional de Consumos Culturales en Argentina (SInCA, 2017) registraba que el 95% de las y los encuestados miraban la televisión en su dispositivo tradicional. En el marco de las diferentes medidas de aislamiento y distanciamiento por la pandemia de covid-19, hubo a su vez un aumento de consumo de TV en vivo. Un estudio de Kantar IBOPE Media, publicado en diciembre de 2020, muestra que durante los meses de ASPO y DISPO de 2020 la televisión fue el medio que tuvo mayor incremento de consumo entre todos los grupos etarios, sin demasiada distinción ni por género ni por sector socioeconómico; ya sea a través de TV abierta, de una conexión por cable o por medio de internet, lo que incluye el video *on demand* de acceso gratuito como Youtube para el visionado en diferido de recortes de programas televisivos originalmente emitidos en vivo. Sin embargo, la gran mayoría de los y las estudiantes desconocen esos consumos aludiendo a la televisión como un artefacto “viejo”, un “mueble para apoyar cosas” o una pantalla que la convierten a PC para actividades en línea:

Al principio (de la pandemia) mirábamos mucho la tele con mamá y mi hermana. No se entendía muy bien qué pasaba. Todo el día encerrados, y si alguien salía era para ir al súper. Parecía todo de película, de ciencia ficción, después me hartó siempre lo mismo. Yo nunca miré mucha tele, nunca me interesó. (Entrevista propia, estudiante de Contador Público)

A la tele la ven mis viejos, yo no la veo. En el cuarto tengo una, pero siempre está apagada. No me llama la atención, veo cosas en el celu o en la compu” (entrevista propia, estudiante inicial de Medios Audiovisuales).

Durante la pandemia era más usual que nos juntemos todos en el almuerzo o en la cena porque todos estábamos encerrados. La tele estaba a veces encendida en el living, pero yo ni bola, a veces miramos algo de fútbol con papá, pero nada más. (Entrevista propia, estudiante de la carrera de Turismo)

En estos discursos se evidencian ciertos prejuicios sobre la televisión como institución de gente adulta que parece escamotear la jovialidad de las identidades de los estudiantes. En este contexto, los y las estudiantes han sentido espacio para criticarla, utilizando la gestualidad, el humor, el regodeo, para construir esa idea de vetusto, especialmente cuando hacían referencias a la televisión, a sus contenidos, al artefacto casi siempre como algo desvalorizado, vergonzoso, añejo. De esta manera, una nueva pregunta en el proceso de nuevas indagaciones, consistió en abordar con mayor profundidad las opiniones sobre la televisión en contexto de pandemia en modo de pregunta, pero de manera dialógica, de modo tal que se genera el espacio suficiente para construir percepciones sobre la aceptación de múltiples, diversas y contradictorias miradas sobre la televisión:

Luego la realidad es que antes de la pandemia, sí miraba por ahí, nunca me gustó mucho mirar televisión, la realidad es que únicamente la miraba para el noticiero. Y tengo un caso muy particular que como yo te comentaba que vivo con mi abuela e Inés, una persona grande, ¿eh? Quedó un poco obsesionada con lo del tema del "corona" y sueña que se le pasaba todo el tiempo en ese tema, y ya. Como que directamente me acuerdo que al inicio de la pandemia yo miraba todos los días el noticiero y después ya directamente ¿eh? Nada, absolutamente nada. Dejé de ver tele. (Entrevista propia, estudiante de Medios Audiovisuales)

Yo tengo mi netbook y tengo una tele en mi pieza, mi celular, obvio, y tengo una tablet. En el living, hay una televisión grande que a veces está encendida, pero yo no tengo nada que ver. Mi hermano, a la tele de su cuarto la convirtió en monitor de compu. No, no vemos televisión. (Entrevista propia, estudiante de Turismo)

Depende quién la usó y sí la usa, por ejemplo, mi papá a veces la mira cinco minutos y se va y la deja aprendida. Pero cuando la vemos prendida, vamos y la apagamos, porque no, no sé. Es que en realidad ni el cable se consume mucho. (Entrevista propia, estudiante de Contador Público)

Estas contradicciones respecto de los consumos audiovisuales parecen haberse agudizado en pandemia dando emergencia a una categoría que denominamos vergüenza a la televisión. Teniendo en cuenta que la oferta audiovisual en Tierra del Fuego es casi inexistente en términos de producción local (Car, 2019) los consumos audiovisuales de los y las estudiantes en contexto de pandemia se han visto condicionados en sus elecciones, en tanto y en cuanto se manifiestan ciertas formas de naturalización de las formas globalizadas de ficción audiovisual.

Reflexiones finales

La pandemia ha generado, en forma directa e indirecta, una multiplicidad de intensos problemas que han afectado de diferente modo a los y las integrantes de las comunidades actuales. Las ciudadanía de gran parte del mundo, a partir de marzo de 2020, se han resguardado en los hogares para preservar la vida humana. El miedo al contagio y las distintas incertidumbres que se desarrollaron en relación a la pandemia, fueron y son, actualmente, parte constitutiva de estas nuevas formas de habitar y percibir la realidad social que impacta en la subjetividad de los y las estudiantes de la UNTDF. En este contexto, las juventudes han sido presentadas, desde las industrias mediáticas nacionales, como actores peligrosos, irreverentes, transgresores, irresponsables; reforzando un imaginario sobre ellas asociadas a la marginalidad, delincuencia o, en el mejor de los casos, a su inmadurez. Sin embargo, en el discurso de los y las estudiantes universitarios de la ciudad de Ushuaia no parecen ser condiciones que los hayan interpelado fuertemente, puesto que ninguno de los y las entrevistados han hecho referencia

de manera directa a ese imaginario promovido y fuertemente reforzado por los medios en contexto de pandemia.

Respecto de los resultados preliminares del análisis, los y las estudiantes universitarios de la UNTDF se caracterizan por una constitución heterogénea y diversas de sus identidades siendo, en muchos casos, la primera generación de fueguinos inmersos en la vida universitaria. Si bien existen otros ejes de relevancia para el análisis (como la interpelación respecto de contenidos de ficción local o nacional, el consumo de ficción desde una perspectiva de género, entre otras); se identificaron para este artículo tres ejes que fueron cobrando mayor relevancia respecto del contexto de aislamiento en pandemia.

Uno de los resultados preliminares del análisis indica que se intensificaron los consumos audiovisuales en el contexto de pandemia y se reforzaron todas las mediaciones tecnológicas y apropiaciones sobre plataformas, aplicaciones y *gadgets* al tiempo que aparecieron, de manera frecuente, nuevas formas mediatizadas de estar con otros/as. En muchas ocasiones, entre grupos de estudiantes se reconoce la emergencia de prácticas nuevas de diversos usos que tienen como finalidad encontrar nuevos modos de compartir y estar con otros, como por ejemplo, el uso de Netflix Party. Este último eje se refuerza con la utilización de redes y aplicaciones como WhatsApp para compartir consumos en línea, comentar, spoiler o maratonear.

En el segundo eje, y de manera significativa, se hizo visible una problemática, vergonzosa e intensa relación con la televisión con mayor repliegue a los espacios privados del hogar. Sin embargo, también fue evidente que se han intensificado los consumos televisivos, en una clara tensión que involucra la revitalización y ocultamiento del consumo como algo vergonzoso, quizás asociado al mundo adulto y tradicional en oposición al uso y apropiación de consumos que sean más acomodados a las juventudes que se desmarcan y refuerzan sus identidades con mediaciones tecnológicas ancladas en las nuevas pantallas.

Respecto del tercer y último eje, resulta importante destacar la intensificación de los consumos de ficción comercial en plataformas en streaming. En un mundo donde los procesos de mundialización y globalización debilitan y desmotivan los consumos locales y nacionales bajo la órbita ordenadora de las lógicas del mercado global, estas juventudes consumen ficción en su gran mayoría a través de plataformas en streaming y on demand.

Respecto a las mediaciones tecnológicas como lugares emergentes de sentido de lo contemporáneo particularmente asociado a ciertos rasgos, usos y modos de apropiación de las juventudes (aunque no solo de ellas), la perspectiva crítica deviene en diferentes formas de reflexión sobre los dispositivos y las pantallas; los modos de interpelación de la oferta donde convergen con mayor aceleración los registros biométricos, comportamentales, dactilares, digitales llevan a una cuali-datificación de las personas sin precedentes y donde lo global y lo estadístico deviene en una progresiva y mayor predictibilidad sobre lo personal e individual, los y las estudiantes parecen tener conocimiento del complejo y casi determinante proceso de la oferta donde una importante cantidad de ellos y ellas eligen someterse a las reglas propuestas dando diferentes usos a sus consumos como el solo entretenimiento, la necesidad de relajar de la tensión de los estudios, etc.

Aun así, el análisis demuestra que no solo prevalecen en los y las estudiantes las lecturas dominantes que tienden a la reproducción y al fortalecimiento de las lógicas de las industrias culturales globales, sino que, muchas veces, en sus consumos de ficción audiovisual emergen lecturas negociadas y en oposición constituyendo un posicionamiento alternativo al propuesto por la oferta.

Es decir, si bien la pandemia aparece como un momento absolutamente disruptivo en la vida de los y las estudiantes, si las rutinas domésticas se modificaron drásticamente, si el mundo completo cambió para siempre en un brevísimo período de tiempo exponiendo la fragilidad del sistema social actual, los consumos de ficción de plataformas globales, por el contrario, parecen persistir, profundizar y vigorizarse al mismo tiempo que aparecen profundas crisis sociales y económicas históricas, en muchos casos, sin precedentes.

Referencias

- Ader, N., Car, V. y Hermida, M. (2014). Entre medio y medio hasta el Garibaldi llegeo. *Revista Sociedad Fueguina* N.º 04, Año 2, 4-11. http://www.untdf.edu.ar/uploads/archivos/04_Sociedad_Fueguina_Nro_4.pdf
- Ardèvol, E. (2003). Etnografía virtualizada: la observación participante y la entrevista semiestructurada en línea. <https://atheneadigital.net/article/view/n3-ardevo-bertran-callen-et-al>
- Bourdieu, P. (1991). *El sentido práctico* (Trad. Á. Pazos). Taurus. (Trabajo original publicado en 1980).
- Car, V. (2019) Comunicación y territorios: el caso de Tierra del Fuego. *Dialnet*. Vol. 1, N.º 63. (Ejemplar dedicado a: invierno (julio-septiembre); e187). <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7634662>
- Car, V. y Ader, N. (2021). Re-pensando el andamiaje teórico de los consumos culturales y las mediaciones tecnológicas en el fin del mundo. *Cuadernos del ICIC N.º 4: Comunicación, democracia y territorios*.
- Car, V., Martínez, A. y Ader, N. (2019). Cap. I: Mutaciones de los consumos culturales y tecnologías de la información y la comunicación. En Radacovich y Wortman (comp.), *Mutaciones del consumo cultural en el siglo XXI: Tecnologías, espacios y experiencias*, Consumos culturales y tecnologías. Hacia una experiencia transmedia (pp. 4-21). Teseo.
- Carlón, M. y Scolari, C. (2009). *El fin de los medios masivos*. La Crujía.
- Castoriadis, C. (1975). *La institución imaginaria de la sociedad*. Tusquets Editores.
- Elbaun, J. (1996). *Pensar las culturas juveniles*. Ministerio de Ciencia y Tecnología. <http://www.bnm.me.gov.ar/giga1/documentos/EL000781.pdf>
- Fisher, M. (2018). *Realismo capitalista. ¿No hay alternativa?* Caja Negra Editora.
- García Canclini, N. (2019). *Ciudadanos reemplazados por algoritmos*. Universidad de Guadalajara.
- Grillo, M., Papalini, V. y Benítez Larghi, S. (2016). *Consumos culturales en la Argentina contemporánea*, Ciudad de Buenos Aires, Clacso. <http://biblioteca.clacso.edu.ar/gsd/collect/clacso/index/assoc/D12317.dir/EstudiosCulturales.pdf>
- Guber, R. (2012) *La etnografía. Método, campo y reflexividad*. Siglo XXI editores.
- Hall, S. (1990). Encoding/Decoding. En *Culture, Media, Lenguaje. Working Papers in Cultural Studies*, Hutchinson. Londres, 1972-79, pp. 128-138.
- Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York University Press.
- Magnani, E. (2019). *La jaula del confort. Big data, sociedad y neurociencia. Quién toma tus decisiones*. Autoría.
- Margulis, M. y Urresti, M. (1996). La juventud es más que una palabra. En Mario Margulis (comp.) *La juventud es más que una palabra*. Biblios.
- Martín Barbero, J. (1987). *De los medios a las mediaciones*. Gustavo Gili.
- Martín Barbero, J. (1996). *Comunicación: el descentramiento de la modernidad*. Análisis, Universidad del Valle.
- Martín Barbero, J. (2008) *Jóvenes. Entre el palimpsesto y el hipertexto*. Ned Ediciones.
- Martín Barbero, J. (2015). *Hacia el habla ampliada. La comunicación en mutación*. Amado, Rincón (comp.) (pp. 13-19). Fes comunicación.

- Mata, M. (1997). *Nociones para pensar la comunicación y la cultura masiva*. La Crujía.
- Mata, M. (2014). De la cultura masiva a la cultura mediática. En *Diálogos de la Comunicación* N.º 56. Felafacs.
- McLuhan, M. (1996). *Comprender los medios de comunicación. Las extensiones del ser humano*. Paidós.
- Moreno Domínguez, A. (2008). Rasgos característicos de la transición a la vida adulta de los jóvenes españoles en el marco comparado europeo. *Pensamiento Iberoamericano*, (3), (pp. 17-46).
- Morley, D. (1996). *Televisión, audiencias y estudios culturales*. Amorrortu.
- Murdochowicz, R. (2008). *Los jóvenes y las pantallas*. Gedisa.
- Murdochowicz, R. (2019). *Adolescentes, participación y ciudadanía digital*. Fondo de cultura económica.
- Murolo, N. (2012). Nuevas pantallas: un desarrollo conceptual. En *Razón y palabra*. Primera revista digital en Iberoamérica especializada en comunicación. Telos.
- Murolo, N. (2014). *Hegemonía de los sentidos y usos de las tecnologías de la comunicación por parte de los jóvenes del conurbano bonaerense sur. Estudio realizado en Quilmes, 2011-2014*. [Tesis doctoral]. http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/43080/Documento_completo.pdf?sequence=2
- Murolo, N. (2021). *Cultura Pop: resignificaciones y celebraciones de la industria cultural en el siglo XXI*. Leonardo Murolo; Ignacio Del Pizzo. 1.ª ed., Prometeo.
- Nercesian, I., Cassaglia, R. y Morales Castro, V. (2021). Pandemia y políticas sociosanitarias. En América Latina. *Apuntes*, 48 (89), (pp. 65-93). <https://dx.doi.org/10.21678/apuntes.89.1466>
- O'Neil, C. (2016). *Armas de destrucción matemática. Cómo el big data aumenta la desigualdad y amenaza la democracia*. Orhi.
- Restrepo, E. (2012). Apuntes sobre los estudios culturales. *Antropología y estudios culturales: disputas y confluencias desde la periferia*. Ed. Convenio Andrés.
- Sadin, E. (2018). *La silicolonización del mundo. La irresistible expansión del liberalismo digital*. Caja Negra.
- Sadin, E. (2020). *La inteligencia artificial o el desafío del siglo. Anatomía de un antihumanismo radical*. Caja Negra.
- Sadin, E. (2022). *La era del individuo tirano. El fin de un mundo común*. Caja Negra.
- Scolari, C. (2008). *Hipermediaciones. Elementos para una Teoría de la Comunicación Digital Interactiva*. Editorial Gedisa.
- Silverstone, R. (1990). De la sociología de la televisión a la sociología de la pantalla: bases para una reflexión global. Telos. *Cuadernos de comunicación, tecnología y sociedad*, N.º 22. http://www.infoamerica.org/documentos_pdf/silverstone03.pdf
- Silverstone, R. (1994). *Televisión y vida cotidiana*. Buenos Aires: Amorrortu editores.
- Silverstone, R. (2006). Domesticating domestication. Reflections on the life of a concept. En Berker, T.; Hartmann, M.; Punie, Y. y Ward, K. J. (eds.), *Domestication of media and technology*, Open University Press, Maidenhead (pp. 229-248).
- Sistema de Información Cultural de la Argentina. (2017). Encuesta Nacional de Consumos Culturales en Argentina. <https://encuestadeconsumo.sinca.gob.ar/>

- Sistema de Información Cultural de la Argentina. (2022). Panorama general de la actividad y las prácticas culturales en 2021, con series actualizadas del período 2016-2021 y la evolución de los principales consumos culturales. Coyuntura Cultural N.º 40, junio 2022.
- Thompson, J. (1998). *Los media y la modernidad. Una teoría de los medios de comunicación*. Paidós.
- Thompson, J. (2004). *Ideología y cultura moderna. Teoría crítica social en la era de la comunicación de masas*. Universidad Autónoma Metropolitana.
- Tully, C. y Alfaraz, C. (2015). Jóvenes, espacio y tecnología. La configuración de las relaciones sociales en la vida cotidiana. En *Propuesta Educativa*, nov. 2012, año 21 (pp. 59- 68).
- Van Dijck, J. (2016). *La cultura de la conectividad*. Siglo XXI editores.
- Varela, M. (2010). Miraba televisión, youtube. En *El fin de los medios masivos*. La Crujía.
- Williams, R. (1992). *Historia de la Comunicación*. Vol. 2. Bosch.