



Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales.

Sede Uruguay

**MAESTRÍA EN EDUCACIÓN AUDIOVISUAL**

**Cohorte 2020**

**Modos de producción de sentido en la práctica audiovisual de adolescentes en  
Bachillerato, departamento de Colonia, Uruguay. 2021-2024**

Directora de Tesis: Valeria Lepra

Autora: Bettina Gallo

Tesis para obtener el grado de Magíster en Educación Audiovisual Uruguay, año 2024

## **Dedicatoria**

A mi madre, que me enseñó el placer y el valor de aprender enseñando.

## **Agradecimientos**

A Valeria, mi tutora, que estimuló la autonomía, el diálogo y el trabajo colaborativo.  
A las coordinadoras, docentes y tutoras de la Maestría por la calidez y solvencia con que acompañaron, al CFE por el apoyo y a toda/os la/s compañera/os sin los que hubiera sido imposible realizar este recorrido. A mi familia y amigas por estar siempre.

## INDICE

<b>Dedicatoria</b> .....	<b>2</b>
<b>Agradecimientos</b> .....	<b>2</b>
<b>RESUMEN</b> .....	<b>5</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>5</b>
<b>INTRODUCCIÓN</b> .....	<b>7</b>
<b>1.1 Problema de investigación</b> .....	<b>9</b>
<b>1.2 Preguntas de investigación</b> .....	<b>10</b>
<b>1.3 Objetivos</b> .....	<b>11</b>
<b>1.4 Justificación</b> .....	<b>11</b>
<b>2- MARCO TEÓRICO</b> .....	<b>12</b>
<b>2.1 Línea de investigación y perspectivas adoptadas</b> .....	<b>12</b>
<b>2.2 Cultura Visual como encuadre</b> .....	<b>12</b>
<b>2.3 Cultura y comunicación. Prácticas audiovisuales como centro de la investigación.</b> .....	<b>14</b>
<b>2.3.1 Definición de consumo cultural desde una perspectiva socio histórica</b> .....	<b>14</b>
<b>2.3.2 Las tecnologías digitales como mediación. De Martín-Barbero a Scolari</b> .....	<b>16</b>
<b>2.3.2.1 Consumo y prosumo audiovisual</b> .....	<b>16</b>
<b>2.3.2.2 De las Mediaciones a las Hipermediaciones</b> .....	<b>19</b>
<b>2.3.3 Los jóvenes y la práctica audiovisual</b> .....	<b>21</b>
<b>2.3.3.1 Nuevo sensorium o ecosistema comunicativo</b> .....	<b>21</b>
<b>2.3.3.2 Comunicación e identidades de los adolescentes</b> .....	<b>22</b>
<b>2.3.3.2.1 Jóvenes entre el Palimpsesto y el hipertexto. Martín-Barbero</b> .....	<b>22</b>
<b>2.3.3.2.2 Nueva Ecología de los Medios. Scolari</b> .....	<b>24</b>
<b>2.3.3.2.2.1 Hipermediaciones, Hibridaciones, Multimedialidad</b> .....	<b>24</b>
<b>2.3.3.2.2.2 Nexos con la Educación. Proyecto Transmedia Literacy</b> .....	<b>26</b>
<b>2.3.3.2.3 Nuevos modos de estar juntos. Cultura, comunicación y comunidad</b> .....	<b>27</b>
<b>2.4 Algunos aportes desde la filosofía y la semiología a los modos de producción de sentido del Cine y de la práctica audiovisual de los jóvenes</b> .....	<b>29</b>
<b>2.4.1 Los modos de producción de sentido y afecto – Roger Odin</b> .....	<b>29</b>
<b>2.4.1.1 La perspectiva semiológica. Los modos y los procesos que implican, su carácter transmedial</b> .....	<b>29</b>
<b>2.4.1.2 Film familiar como documento – Una relación afectiva especial</b> .....	<b>32</b>
<b>2.4.2 Lógicas del Hiper cine. Aportes desde la filosofía, Lipovetsky y Serroy</b> .....	<b>36</b>
<b>2.4.2.1 Pantallaesfera</b> .....	<b>36</b>
<b>2.4.2.1.1 Imagen exceso</b> .....	<b>39</b>

2.4.2.1.2 Imagen Multiplejidad.....	40
2.4.2.1. 3 La imagen distancia.....	40
2.4.2.2 La pantalla lúdica .....	41
<b>3. MARCO METODOLÓGICO.....</b>	<b>43</b>
3.1 Enfoque metodológico .....	43
3.2 Instrumentos de investigación .....	44
<b>4. ANÁLISIS.....</b>	<b>47</b>
4.1 La práctica audiovisual de “A”. Sinergias entre consumo y producción audiovisual.....	47
<b>4.1.1 <i>Cry of fear</i>. El video juego como consumo y disparador de la creación audiovisual de “A”.....</b>	<b>48</b>
4.1.1.1 Contextualización. Intenciones y acceso al análisis documental .....	48
4.1.1.2 Visionado y análisis de la Introducción de Cry of Fear (modo individual) como relato cinematográfico. ....	49
4.1.1.3 Multiplicidad de pantallas y de modos de producción de sentido. Hibridación de video juegos con cine .....	56
4.1.1.4 Cualidades del Hipercine en Cry of Fear .....	60
<b>4.1.2 La producción audiovisual de “A”. <i>Hacerle el día a alguien</i> .....</b>	<b>63</b>
4.1.2.1 Descripción general de los videos analizados, identificación de los instrumentos y canales usados para producir y compartir el audiovisual .....	63
4.1.2.2 Análisis documental, producción audiovisual de “A” .....	64
4.1.2.3 Análisis interpretativo.....	72
4.2 La práctica audiovisual de “B”. Sinergias entre consumo y producción audiovisual.....	79
<b>4.2.1 Uno de los consumos audiovisuales que dispara la producción audiovisual de “B”, .....</b>	<b>80</b>
<b>Conversaciones entre el reality de TV y el streaming, “reaccionando” .....</b>	<b>80</b>
4.2.1.1 Contextualización. Intenciones y acceso al análisis documental .....	80
4.2.1.2 Visionado y análisis. La reacción como creación.....	81
4.2.1.3 Multiplicidad de pantallas. TV y streaming: Hibridación de medios.....	81
4.2.1.4 Pantalla lúdica, integración de distintos modos de producir sentido y afecto .....	84
<b>4.2.2 La producción audiovisual de “B” .....</b>	<b>86</b>
4.2.2.1 Descripción general de los videos analizados, identificación de los instrumentos y canales usados para producir y compartir el audiovisual .....	86
4.2.2.2 Análisis documental, producción audiovisual de “B” .....	88
4.1.2.3 Análisis interpretativo.....	89
<b>5- CONCLUSIONES .....</b>	<b>91</b>
<b>6- REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....</b>	<b>98</b>
<b>7- ANEXOS DOCUMENTALES.....</b>	<b>100</b>

## RESUMEN

Esta investigación se propuso abordar las prácticas cotidianas de consumo y producción audiovisual de adolescentes, contextualizadas en Bachillerato de Educación Secundaria en el Departamento de Colonia.

El análisis atendió a las sinergias que se producen entre consumo y producción audiovisual haciendo énfasis en lo compartido por las redes y en la mediación que realizan las nuevas tecnologías como escenario de construcción de identidad en relación al otro.

Conocer los relatos audiovisuales consumidos y creados cotidianamente, caracterizando los modos de producción de sentido y afecto (Odin, 2006) y las empatías cognitivas y expresivas del ecosistema comunicacional (Martín-Barbero, 2017) contemporáneo fueron los principales objetivos. El análisis se realizó desde un paradigma interpretativo- cultural, recibiendo aportes del campo de la Comunicación y de la Cultura visual.

El enfoque de la investigación es cualitativo interpretativo, siendo el estudio de casos la estrategia metodológica seleccionada. El trabajo de campo se realizó en dos etapas (2021-2024), en cuatro liceos del Departamento de Colonia (2° y 3° de Bachillerato), implicó la aplicación de una encuesta (formulario on-line) a 57 estudiantes y entrevistas semiestructuradas colectivas (entre 3 a 5 estudiantes) e individuales a los adolescentes que manifestaron realizar producción audiovisual con frecuencia. El análisis documental incluyó las producciones audiovisuales de los adolescentes entrevistados, algunas de las mencionadas por ellos y las más frecuentes a nivel general, focalizando en las prácticas audiovisuales de los dos casos seleccionados. Las producciones audiovisuales analizadas fueron aportadas por los adolescentes en el formulario on-line, en el espacio de entrevista o visionadas desde canal de You Tube.

**Palabras claves:** práctica audiovisual, adolescentes, modos de producción de sentido y afecto, nuevas tecnologías, estudio de casos.

## ABSTRACT

This research aimed to address the daily practices of audiovisual consumption and production of adolescents, contextualized in the Baccalaureate of Secondary Education in the Department of Colonia.

The analysis focused on the synergies that occur between audiovisual consumption and production, emphasizing what is shared by networks and the mediation carried out by new technologies as a scenario for the construction of identity in relation to the other.

Knowing the audiovisual stories consumed and created daily, characterizing the modes of production of meaning and affect (Odin, 2006) and the cognitive and expressive empathies of the contemporary communication ecosystem (Martín-Barbero, 2017) were the main objectives. The analysis was carried out from an interpretive-cultural paradigm, receiving contributions from the field of Communication and Visual Culture.

The research approach is qualitative interpretive, with the case study being the selected methodological strategy. The field work was carried out in two stages - 2021, 2024, in four high schools in the Department of Colonia, in 2nd and 3rd year of Baccalaureate, it involved the application of a survey (online form) to 57 students and of semi-structured collective interviews (between 3 to 5 students) and individual interviews with adolescents who stated that they frequently produce audiovisual production. The documentary analysis included the audiovisual productions of the adolescents interviewed, some of those mentioned by them and the most frequent at a general level, focusing on the audiovisual practices of the two selected cases. The audiovisual productions analyzed were contributed by the adolescents in the online form, in the interview space or viewed from the You Tube channel.

**Keywords:** audiovisual practice, adolescents, modes of production of meaning and affect, new technologies, case studies.

## 1. INTRODUCCIÓN

*Abrir una ventana... múltiples ventanas  
Atravesar puertas y pantallas para explorar el paisaje,  
Visibilizar redes y construir puentes*

La producción y el consumo audiovisual cotidiano de los jóvenes inscritos en un contexto específico y próximo - Educación Formal, Bachillerato / Departamento de Colonias es la *ventana* que se abre para explorar el *paisaje social*, el mundo que habitamos y creamos, donde nos vinculamos con otros, para comprender hoy, nuestro lugar en él. Si bien esta primera aproximación no delimita suficientemente el trabajo de investigación porque la trasciende, expone la línea seleccionada- “Educación audiovisual y sociedad: prácticas y consumos contemporáneos”- y transparenta el enfoque de la Cultura Visual que lo orienta.

*Ventana, puerta, puente...* figuras que aparecen en uno de los casos seleccionados y resuenan con los conceptos planteados por Simmel<sup>1</sup> haciendo visible cierta separación entre elementos/espacios/agentes sociales y también el encuentro de los mismos; la aspiración de “ligar” se hace presente más allá de la separación inicial y es el objetivo último de la investigación. La *ventana* conecta el interior con el exterior, invita a observar el afuera, a encuadrar el paisaje desde un cierto lugar y a una cierta distancia más allá de la proximidad. El lugar desde donde se observa y se inicia el movimiento es el rol docente, como profesora de Comunicación Visual en Educación Media y en los departamentos de Didáctica y Artes Visuales en Formación Docente, desde ahí se diseña el trabajo de campo y cobra valor la investigación, desde allí se aspira a la construcción de *puentes*. El foco de atención de la investigación lo constituyen las prácticas de consumo y producción audiovisual de los jóvenes, las llevadas a cabo sin necesaria mediación de la institución educativa, esos relatos que crean, consumen y comparten en la cotidianidad. Importa conocer los modos de producción de sentido y de afectos (Odin, 2006) implicados en los mismos, los modos de representarse y conectarse con otros desde el audiovisual que sin dudas reviste protagonismo en la actualidad como la mediación de las nuevas tecnologías en la creación de empatías cognitivas / expresivas y de un nuevo ecosistema comunicacional (Martín-Barbero, 2017) que necesitamos comprender para ocupar nuestro lugar y establecer puentes hacia los distintos presentes y posibles futuros.

---

<sup>1</sup> Georg Simmel (1858-1918) fue un filósofo y sociólogo alemán, los conceptos señalados aparecen en “Puente y puerta” incluido en la publicación “El individuo y la libertad: ensayos de crítica de la cultura” que reúne distintos ensayos.

El acercamiento a las producciones audiovisuales que los jóvenes consumen y producen cotidianamente podría haberse realizado de múltiples maneras pero la delimitación de esa *ventana* que invita a la exploración, transparenta el lugar desde el que parto, me acerco y construyo: la educación formal y particularmente los Liceos del Departamento de Colonia. El recorrido personal y profesional en el departamento aporta cierta proximidad no sólo geográfica sino vincular que resulta propicia para el trabajo de campo, independientemente del impacto que el contexto de emergencia sanitaria tuvo en el mismo -momento donde se inició el trabajo de campo- la *ventana* es también metáfora de ese encierro y del tipo de contacto que prevaleció en la primera parte de la investigación y el *punte* necesario para conectar con la segunda parte de la misma que se realizó tiempo después. Además del recorte geográfico se introduce inicialmente otro que tiene impacto en la edad y características de la población: Bachillerato Diversificación Arte y Expresión, Turno Diurno, que se abrió en cuanto a la Diversificación en la última parte de la investigación. La decisión inicial de delimitar la población no sólo en cuanto al trayecto de Educación Media sino a una diversificación que desde lo curricular contempla el lenguaje audiovisual, respondió a considerarla más sensible/próxima al objeto de estudio pero se abrió una *puerta* que conectó con otra orientación, otro Liceo, otro momento y la misma importancia de las prácticas de consumo y producción audiovisual en la cotidianidad de los jóvenes. La frecuencia en la creación de producción audiovisual de los adolescentes y la publicación en redes sociales son los siguientes recortes que delimitan la selección de casos, transforman las ventanas en *pantallas conectadas* y *prácticas audiovisuales funcionando en red*.

El enfoque que prevalece en la investigación es cualitativo interpretativo, siendo el estudio de casos la estrategia metodológica aplicada. Para la selección de los mismos se implementó una fase preliminar con la aplicación de un cuestionario on line a estudiantes de bachillerato de tres Liceos del Departamento de Colonia -Diversificación Arte y Expresión- en la primera parte del trabajo de campo (2021) sumándose un cuarto Liceo del Departamento y otra Diversificación en la última parte (2024); seguida en dos Liceos por una entrevista informal colectiva a algunos de los estudiantes (los que manifestaron producir audiovisual con mayor frecuencia). La fase preliminar constituida por la encuesta es la puerta para acceder al paisaje e identificar los centros de interés que determinarán la selección de los casos y el uso de otros instrumentos y fuentes: entrevistas en profundidad, visionado de documentos audiovisuales.

Más que una ventana se abren muchas, más que puertas se abren múltiples pantallas, además de construir puentes es necesario reconocer redes. Las nuevas tecnologías actúan como



soporte y medio de las prácticas audiovisuales, habilitan la creación personal y la vinculación con la creación de otros, contribuyendo a un relato colectivo que es parte de la Cultura Visual actual, desde donde adquiere relevancia social. La producción publicada/compartida por el adolescente en las redes sociales es una forma de auto presentarse, es un relato al encuentro de una mirada o al cruce de múltiples miradas, es una construcción de identidad desde la alteridad y multiplicidad. Los dispositivos usados y los medios de comunicación intervienen y sostienen los relatos, determinando la visualidad contemporánea que Miranda (2015) define como construcción social de la mirada. La relación de la misma con la construcción de la identidad o identidades de los jóvenes es un aspecto que merece atención, visibilizar esta multiplicidad de puertas y pantallas permite acercarse a los territorios de las tribus posmodernas identificadas por Maffesoli (2000):

Se trata de lugares donde cada cual puede reconocerse a sí mismo al tiempo que se identifica con los demás y donde, sin preocuparse por el control del futuro, preparar el presente (...) (p.41).

Consideramos que indagar sobre los modos en que esos relatos generaran sentido y afectos contribuye al campo de la Educación en general, al de la Educación Artística y la Educación Audiovisual en particular. Esta investigación se presenta en cinco apartados: el primero plantea el problema, preguntas de investigación, objetivos y justificación; el segundo presenta el marco teórico introduciendo las líneas de investigación y perspectivas adoptadas así como los aportes de distintos campos que permiten construir las categorías de análisis; el tercero introduce el marco metodológico; el cuarto incluye el análisis de los casos nombrados como “A” y “B” que abordan el consumo y producción audiovisual de dos adolescentes, la relación entre sí y con el resto de consumos audiovisuales nombrados a nivel general y el quinto cierra la investigación con las conclusiones.

### **1.1 Problema de Investigación**

El centro de la investigación lo constituyen las prácticas de consumo y producción audiovisual de los adolescentes, las llevadas a cabo sin necesaria mediación de la institución educativa, esos relatos que crean, consumen y comparten en la cotidianidad, los modos de producción de sentido y de afectos (Odin, 2006) que implican, los modos de representarse y conectarse con otros desde el audiovisual y la mediación de las nuevas tecnologías en la creación de empatías cognitivas / expresivas y de un nuevo ecosistema comunicacional (Martín-Barbero, 2017) que necesitamos comprender como ciudadanos y docentes de la sociedad actual.

Desde instituciones de Educación Secundaria del Departamento de Colonia (cuatro liceos) y mediante docentes del Área Artística se accedió a la población objetivo -Bachillerato 2° y 3° año- para aplicar una encuesta que permitió indagar sobre los consumos y prácticas audiovisuales de 57 jóvenes, siendo implementada en dos momentos diferentes: 2021 y 2024. La encuesta permitió identificar a los estudiantes que producen audiovisual con cierta frecuencia, que fueron posteriormente entrevistados en grupos (11 adolescentes en grupos de 3 a 5), siendo algunos de ellos entrevistados también en forma individual (3 estudiantes). La encuesta aportó datos sobre consumos y producción audiovisual, además de habilitar la opción de compartir material creado por ellos; el mismo junto con los suministrados por los estudiantes en el espacio de entrevista y/o los visionados en los canales que algunos de ellos tienen, constituyó la base del análisis documental.

La investigación implica el análisis de lo consumido y producido por ellos en la vida cotidiana en relación al audiovisual, haciendo énfasis en lo compartido por las redes y en la mediación que realizan las nuevas tecnologías como escenario de construcción de identidad en relación al otro; no se trata de arribar a generalizaciones sino a relatos que analizados en relación nos informan sobre modos de representarse/relacionarse y estar en el mundo. El enfoque de la investigación es cualitativo interpretativo, siendo el estudio de casos la estrategia metodológica seleccionada, como señala Stake (1999) “Nos interesan tanto por lo que tienen de único como por lo que tienen en común. Pretendemos comprenderlos. Nos gustaría escuchar sus historias” (p.15). El análisis se centra en el estudio de dos casos - “A” y “B” - asociados con las prácticas audiovisuales de adolescentes de liceos diferentes, correspondientes a la primera y segunda etapa del trabajo de campo.

## **1.2 Preguntas de investigación**

¿Qué modos de producción de sentido y de afectos se aprecian en los consumos y producciones audiovisuales de los adolescentes?

¿Cómo se representan y conectan desde el audiovisual?

¿Con qué finalidad crean y consumen producciones audiovisuales, cómo se relacionan ambos aspectos?

¿Cómo median las nuevas tecnologías en la construcción de identidad y en el vínculo con el otro?

¿Qué características expresivas y comunicativas ofrece la práctica audiovisual y las nuevas tecnologías?

¿Tienen oportunidades de reflexionar al respecto en la educación formal? ¿Qué puntos de apoyo puede encontrar la educación artística en los contenidos, plataformas y aplicaciones que consumen y crean los adolescentes?

### **1.3 Objetivos**

#### **Objetivo general**

- Caracterizar los modos de representación y creación de sentido de los jóvenes en la práctica audiovisual y la mediación realizada por las nuevas tecnologías

#### **Objetivos específicos**

- Analizar los consumos y las producciones audiovisuales de los jóvenes para reconocer narrativas compartidas y caracterizarlas

- Indagar sobre los modos de representación y comunicación presentes en la producción audiovisual de los jóvenes y su relación con los consumos audiovisuales

- Identificar las oportunidades y limitaciones que aportan las nuevas tecnologías como medio de creación y las visualidades contemporáneas que implican.

- Reflexionar sobre la relación y/o aportes de las prácticas cotidianas de los jóvenes en la Educación

### **1.4 Justificación**

La práctica audiovisual forma parte de la cotidianidad, no sólo de los jóvenes sino de la sociedad e identidad contemporánea, configura formas de estar, ser y relacionarse en el mundo. Indagar y reconocer los modos en que los jóvenes se representan y comunican mediante el audiovisual es una forma de reconocer redes y establecer puentes entre el presente y posibles futuros, entre lo cotidiano y la Educación formal, entre la identidad y la alteridad. La investigación trata de reconocer diálogos que ya existen para visibilizarlos y comprenderlos como punto de partida para construir desde la Educación lugares en común, rescatando lo señalado por Maffesoli (2000):

(...) lugares donde cada cual puede reconocerse a sí mismo al tiempo que se identifica con los demás y donde, sin preocuparse por el control del futuro, preparar el presente; lugares, en fin, donde se elabora un tipo de libertad

intersticial en contacto directo con lo próximo y lo concreto. Todo lo cual transforma el espacio vivido no ya en refugio de un individualismo timorato e inmóvil, sino en punto de partida desde el que se realizarán las excursiones, las «salidas» que, poco a poco, constituirán el orbe de una nueva socialidad. (p.41).

En relación a la justificación personal del tema de estudio, entiendo que conocer y comprender las prácticas audiovisuales de los adolescentes y ponerlas en relación con los procesos sociales que vivimos es una oportunidad de diálogo y de construcción colectiva que como docente y profesora de Didáctica de Comunicación Visual me convoca en esta investigación.

## **2- MARCO TEÓRICO**

### **2.1 Línea de investigación y perspectivas adoptadas**

El tema seleccionado se inscribe en la línea de investigación “Educación audiovisual y sociedad: prácticas y consumos contemporáneos”. Las sinergias que se producen entre consumo y producción audiovisual de los jóvenes de un contexto determinado, serán nuestro centro de interés. Se define al “consumo” desde los aportes de los estudios culturales y la comunicación para analizarlo como producción de sentido (perspectiva sociohistórica) en su articulación con los procesos sociales y la cotidianidad donde aparecen las nuevas tecnologías como mediación desde un paradigma interpretativo- cultural.

Dentro de la aproximación al Cine se utiliza la teoría semiopragmática de Odín (2019) para contextualizar los modos de producción de sentido y afecto y las lógicas del Hipercine (Lipovetsky y Serroy, 2009).

### **2.2 Cultura Visual como encuadre**

La Cultura Visual es un campo de estudios que analiza las relaciones de los artefactos visuales y la propia existencia, con el fin de reflexionar sobre nosotros mismos, sobre el mundo y sus representaciones, para comprender nuestro lugar en él, la forma en que lo habitamos y la posibilidad de transformación. Se pretende entonces, reconocer la relación del audiovisual consumido y creado por el adolescente con su experiencia, con su forma de representar y construir la propia identidad. Aguirre (2015), señala la importancia de estas relaciones y el cometido que implica para la Educación Artística,

Concebir el arte como experiencia y la obra como relato abierto permite, de este modo, incluir como objeto de estudio los artefactos de la cultura estética de los propios estudiantes. Una de las indiscutibles ventajas de esta ampliación es que promueve una mayor integración entre sus experiencias vitales y el arte. (p.34)

La experiencia cotidiana contemporánea se desarrolla como señala Mirzoeff (2003) en las pantallas: “No es una parte de la vida cotidiana, sino la vida cotidiana en sí misma (p. 17). Los medios de comunicación interactivos como internet, las redes sociales y las distintas plataformas y aplicaciones que aportan las nuevas tecnologías son la cotidianidad de la mayoría de los adolescentes y la tendencia a visualizar la existencia es la característica de la sociedad contemporánea. El autor mencionado advierte la distancia cada vez más amplia entre la riqueza visual y la habilidad para analizar esta observación, lo que justifica el abordaje de propuestas que desde la Educación promuevan la reflexión sobre las representaciones de los estudiantes e investigaciones que aporten en ese sentido. Sobre este aspecto, Hernández (2007) señala:

En un mundo dominado por dispositivos visuales y tecnologías de la representación (...) nuestra finalidad educativa podría ser facilitar experiencias reflexivas críticas. Experiencias que, como señala Nancy Pauly (2003), permitan a los estudiantes comprender cómo las imágenes influyen sus pensamientos, sus acciones, sus sentimientos y la imaginación de sus identidades e historias sociales. (p. 23)

(...) las representaciones visuales conectan con la constitución de los deseos, en la medida en que enseñan a mirar y a mirarse, y contribuyen a construir representaciones sobre sí mismos y sobre el mundo (lo que constituye la realidad). Un medio para comprender esos cambios, que tienen una profunda repercusión en la educación, es *aproximándonos desde una perspectiva crítica a las representaciones visuales con las que se vinculan los niños, las niñas y los jóvenes*, prestando atención a sus formas apropiación y resistencia. (p.30).

Las nuevas tecnologías no sólo aportan representaciones visuales con las que nuestros estudiantes se vinculan cotidianamente, sino que se transforman en medios expresivos y artísticos. Como señala Freedman (2006, p.177) nuestros estudiantes tienen la capacidad de

participar en la producción de cultura visual, a través de los usos artísticos de la tecnología. Los dispositivos usados y los medios de comunicación intervienen y sostienen los relatos, determinando la visualidad contemporánea que Miranda (2015) define como construcción social de la mirada (p. 59). En ese sentido, nos parece oportuno integrar la postura de Eisner (2011) que al referirse a la enseñanza de las artes, reflexiona sobre el uso de los materiales como medios, “Un material se convierte en un medio cuando transmite lo que el artista o el estudiante desea o lo que ha descubierto y ha elegido expresar” (p. 108).

Cada material con el que trabajamos impone, según Eisner (2011) limitaciones y, al mismo tiempo, brinda oportunidades al desarrollo de la mente, en este sentido pretendemos reconocer los aportes de las nuevas tecnologías y medios de comunicación en la producción de los adolescentes y en la construcción de identidad o identidades:

La educación, a su vez, es el proceso de aprender a crearnos a nosotros mismos; y esto es lo que fomentan las artes entendidas como proceso y como los frutos de ese proceso. El trabajo en las artes no sólo es una manera de crear actuaciones y productos; es una manera de crear nuestras vidas ampliando nuestra conciencia, conformando nuestras actitudes, satisfaciendo nuestra búsqueda de significado, estableciendo contacto con los demás y compartiendo cultura. (Eisner, 2011, p.19).

## **2.3 Cultura y comunicación. Prácticas audiovisuales como centro de la investigación.**

### **2.3.1 Definición de consumo cultural desde una perspectiva socio histórica**

El consumo cultural de los adolescentes y de la sociedad actual en general, integra como señala Martín-Barbero (2017) universos muy diversos a los que acceden en gran medida por el lenguaje audiovisual. El auge y crecimiento de las nuevas tecnologías de información y comunicación de las últimas décadas, cambió las prácticas de consumo cultural dando al lenguaje señalado un lugar protagónico. Como consumo cultural, entendemos el “Conjunto de prácticas socioculturales en las que construyen significados y sentidos del vivir, a través de la apropiación y uso de bienes”. (Mata, 1997)<sup>2</sup>.

---

<sup>2</sup> Mata, María Cristina, *Públicos y consumos culturales en Córdoba*, en Sunkel *El consumo cultural en la investigación en comunicaciones en América Latina*. Contornos. Signo y pensamiento 45 Volumen XXIII julio-diciembre 2004.

Esta definición posiciona al consumo cultural en el ámbito de la producción, ubicando como señala Mata, C. (1994) “la recepción como actividad significativa” (p.256). Desde este lugar y desde una perspectiva sociohistórica se visualiza el consumo como oportunidad para comprender los comportamientos sociales y su relación con la construcción de identidades, cobrando valor la postura de Martín-Barbero (1991) que lo asocia con la “producción de sentido” y lo cotidiano:

El espacio de la reflexión sobre consumo es el espacio de las prácticas cotidianas en cuanto lugar de interiorización muda de la desigualdad social, desde la relación con el propio cuerpo hasta el uso del tiempo, el hábitat y la conciencia de lo posible en cada vida, de lo alcanzable e inalcanzable. Pero lugar también de la impugnación de esos límites y de expresión de los deseos, de subversión de códigos y movimientos de la pulsión y del goce. El consumo no es sólo reproducción de fuerzas, sino también producción de sentidos: lugar de una lucha que no se agota en la posesión de los objetos, pues pasa aún más decisivamente por los usos que les dan forma social y en los que se inscriben demandas y dispositivos de acción que provienen de diferentes competencias culturales. (p. 231).

El concepto de cultura manejado se extiende a todos los ámbitos de la vida, sería como señala Sunkel (2004) fundante de la vida social. La cultura según De Certeau y Giard (1999) “se juzga por sus operaciones, no por la posesión de productos” (p.262), en relación a las mismas sostienen:

En sí misma, la cultura no es la información, sino su tratamiento mediante una serie de operaciones en función de objetivos y de relaciones sociales. Un primer aspecto de estas operaciones es *estético*: una práctica cotidiana abre un espacio propio en un orden impuesto, como lo hace la acción poética que pliega a su deseo el uso de la lengua común en un nuevo uso transformador. Un segundo aspecto es *polémico*: la práctica cotidiana es relativa a las relaciones de fuerza que estructuran el campo social como el campo del conocimiento. Apropiarse

informaciones, ponerlas en serie, editarlas a su gusto, es cobrar poder sobre un conocimiento y dar vuelta, de esa forma, a la fuerza de imposición de lo ya hecho y ya organizado. Equivale a trazar, con estas operaciones apenas visibles, apenas nombrables, su propio camino en la resistencia del sistema social. (p. 263).

## **2.3.2 Las tecnologías digitales como mediación. De Martín-Barbero a Scolari**

### **2.3.2.1 Consumo y prosumo audiovisual**

El consumo cultural, desde la perspectiva planteada anteriormente, permitiría comprender los modos de apropiación cultural y los usos sociales de la comunicación que revisten interés en nuestra investigación así como el lugar del adolescente prosumidor. Este término manejado por Alvin Toffler (1979) y sugerido unos años antes por Marshall McLuhan y Barrington Nevitt (1972) nació desde una concepción económica pero es usado posteriormente de un modo más general, designando a aquel consumidor que también produce contenido, la presencia de esta categoría se planteó como requisito para la selección de los casos de nuestra investigación.

El dominio en la actualidad de las tecnologías digitales plantea otras posibilidades en la encarnación de estos roles: productor y consumidor, disolviendo ciertas fronteras. Al respecto Scolari (2008) señala:

Las tecnologías digitales, al diluir la separación entre consumidores y productores, hacen estallar el modelo de los medios masivos de comunicación. El concepto de *audiencia* elaborado por las teorías de la comunicación de masas cada día pierde algo de su sentido en entornos digitales marcados por la personalización de los contenidos, el consumo asincrónico y el intercambio muchos- a –muchos. (p. 288).

Las tecnologías participativas profundizan aún más este proceso al ofrecer al usuario la posibilidad de crear y distribuir sus propios contenidos. Una teoría de las hipermediaciones debería reflexionar sobre el concepto de *audiencia* y evaluar posibles alternativas conceptuales para nombrar a estas comunidades de *prosumidores* en red. (p. 289).



El mayor acceso a Internet y a los dispositivos móviles generado en los últimos años a nivel mundial y nacional, influye significativamente en lo señalado anteriormente. La quinta edición de la Encuesta de Usos de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (EUTIC) realizada en nuestro país informa que el acceso a Internet sigue creciendo, contando el 91% con algún tipo de conexión a Internet, siendo el 90 % de las personas de 14 años y más usuarias de Internet, usándolo el 83% diariamente; 9 de cada 10 internautas se conecta por su celular.

El dispositivo móvil facilita la convivencia de la práctica de consumidor y productor, y la superpone con muchas otras, sobre este hecho Igarza (2009) señala:

Los dispositivos móviles han mutado de forma tal que poco subsiste de la función primaria que tuvieron. Un *iphone* es uno entre tantos otros que nacieron en la intersección de Internet y la telefonía móvil y que permiten al usuario en todo momento y lugar consumir y compartir contenidos de todo tipo. (p. 14)

Es la primera vez que el usuario dispondrá de un vínculo mediatizado con el sistema cultural que le permite estar en rapport directo y permanente durante las 24/7/365, independientemente del sitio geográfico donde se encuentra. Una relación bívoca con el sistema cultural -él en rapport con el sistema, el sistema con él- y horizontal con los otros usuarios del sistema de manera simultánea (...) El nuevo sistema de consumo es horizontal, vertical y en diagonal, y todo eso al mismo tiempo. En la movilidad, el usuario accede a contenidos profesionales, recibe y envía contenidos producidos por los propios usuarios y, en un verdadero ejercicio de mestizaje (mash-uping), los hibrida al hipervincular y ensamblar ambos orígenes y diversas naturalezas (texto, audio y video), en un tercer objeto diferente de los dos primeros. (p. 149).

La intersección de Internet con la telefonía móvil tiene en nuestro país y en la población considerada, un impacto muy alto, lo que es señalado en la segunda edición del Informe *Kids Online Uruguay*, estudio cuantitativo y cualitativo desarrollado en 2022 entre niños, niñas y adolescentes de 9 a 17 años en el entorno digital<sup>3</sup>. El informe recoge la definición del término

---

<sup>3</sup> Enmarcado en Kids Online y Global Kids Online, red de investigación y divulgación que busca generar evidencia comparada sobre el uso de internet por parte de niños en el mundo, para fomentar sus derechos en la era digital. Este documento resulta del trabajo conjunto entre Plan Ceibal, Agesic, la cooperación internacional (Unicef y Unesco) y la Universidad Católica del Uruguay.

*niño* dado por La Convención sobre los Derechos del Niño como todas las personas menores de 18 años (lo que abarca la franja etaria manejada en nuestra investigación) y señala que nueve de cada diez NNA (niños, niñas adolescentes), escolarizados se conectaron a Internet diariamente desde su hogar, así como siete de cada diez todos los días desde su centro educativo. Las actividades realizadas se asocian con el entretenimiento en primera instancia pero también incluyen el aprendizaje informal frecuente siendo las redes sociales una parte central en la vida social, siendo la más usada You Tube (95%).

En relación a las nuevas formas de comunicación interpersonal Igarza (2009) señala:

You Tube y las redes sociales ya están en la cuarta pantalla, en la de los dispositivos móviles que un altísimo porcentaje de la población lleva consigo todo el tiempo. Las plataformas de intercambio y de distribución de contenidos audiovisuales están transformando la manera de consumir medios de comunicación, de ver televisión, de divertirse, de informarse, de enseñar. El consumo cultural está inundado de brevedades, pequeñas piezas, unidades menores y diminutas, que se comparten entre plataformas y dispositivos durante las 24 hs. Los contenidos audiovisuales son centrales en el nuevo ecosistema cultural masivo de consumo individual. Todo lo que pueda ser un video lo será y, probablemente todo lo que pueda ser un video está en You Tube, o en alguna plataforma similar. Esto impacta en las modalidades de distribución de los contenidos de la TV y en la configuración del sistema de difusión audiovisual, de distribución de los medios en general, y en todos los canales de acceso a la cultura, independientemente del soporte o caracterización original. (p.13).

Los jóvenes en particular, estarían dotados según Martín-Barbero (2017) de una plasticidad neuronal y elasticidad cultural que implica una adaptación a distintos contextos, apertura a muy diversas formas y facilidad para manejarse en la complejidad de las redes informáticas (p. 87). Esta plasticidad supone para Scolari (2008) la adaptación a las condicionantes que los dispositivos y aplicaciones imponen en el intercambio: “Aprender la lógica de un software o interpretar el funcionamiento de un teléfono móvil con decenas de funciones obliga al usuario a amoldarse a la interfaz y aclimatarse a un entorno de interacción. Estos procesos de adaptación tecnológica se han naturalizado de tal manera que se han vuelto

casi imperceptibles” (p. 98). Esos procesos se incluirían lo que el Scolari define como alfabetismo mediático: “repertorio de competencias o habilidades que permiten a las personas analizar, evaluar y crear mensajes en una amplia variedad de medios de comunicación, géneros y formatos” (2008, p. 7), las que son propias del “prosumidor”.

### **2.3.2.2 De las Mediaciones a las Hipermediaciones**

El concepto hipermediaciones de Scolari (2008) deriva, como el propio autor lo señala, del concepto de mediaciones postulado dos décadas antes por Martín-Barbero (1987, *De los Medios a las Mediaciones*) que mantiene vigencia y permite establecer puntos de enlace con lo se planteará a lo largo de la presente investigación. Rescatamos una cita de Martín-Barbero publicada en la Revista *anthropos* (2008)<sup>4</sup> que plantea una mirada retrospectiva de la noción identificada:

(...) llamé *mediaciones*: a las densas pero secretas conexiones de los procesos de comunicación con las dinámicas culturales y con los movimientos sociales.  
(...) Rastreando unas referencias bibliográficas en mi tesis de doctorado, presentada en Lovaina a fines del 1972, encontré escrito en la página 160: “Pensar el acontecimiento como praxis exige ir más allá de las formas para entrever las *mediaciones* que religan la palabra a la acción y constituyen las claves del proceso de liberación. (p. 22).

El autor explicita en este artículo la articulación del campo de la comunicación con la experiencia de los movimientos sociales y la reflexividad de los estudios culturales, señalando también el papel preponderante que tendrán las innovaciones tecnológicas en los cambios culturales, comunicativos, sensitivos:

Comunicación nombra ahora, de un lado, los nuevos procesos de producción y circulación de la cultura que corresponden no sólo a innovaciones tecnológicas sino a nuevas formas de sensibilidad. Y que tienen si no su origen al menos su correlato más decisivo en las nuevas formas de sociabilidad con que la gente

---

<sup>4</sup> Número 219. *Dedicado a: Jesús Martín-Barbero: Comunicación y culturas en América Latina.*

enfrenta la heterogeneidad simbólica y el estallido de la ciudad. Es desde las nuevas maneras de juntarse y excluirse, de des-conocer y re-conocerse, como adquiere espesor social y relevancia cognitiva lo que pasa en y por los medios y las nuevas tecnologías de comunicación. De ahí que, por un lado, comunicación empiece a nombrar *la mutación tecnológica* que hace posible poner en un lenguaje común de datos, textos, sonidos, imágenes y videos, desmontando la hegemonía racionalista del dualismo que hasta ahora oponía lo inteligible a lo sensible y lo emocional, la razón a la imaginación, la ciencia al arte, y también la cultura a la técnica y el libro a los medios audiovisuales. (p. 35).

Estaríamos según Martín-Barbero (2008) ante un nuevo espacio público y una nueva ciudadanía que integran una gran pluralidad de actores sociales y culturales. A partir de la revisión del concepto de mediaciones, Scolari (2008) define las *hipermediaciones*:

Al hablar de hipermediación no nos referimos tanto a un producto o un medio sino a *procesos de intercambio, producción y consumo simbólico que se desarrollan en un entorno caracterizado por una gran cantidad de sujetos, medios y lenguajes interconectados tecnológicamente de manera reticular entre sí.* (pp. 113-114).

Bajo esta concepción podríamos considerar distintos productos culturales como el video juego, video clips, reality show (casos seleccionados en la investigación) que revelan procesos sociales y comunicativos,

Las hipermediaciones, al reivindicar el rol activo del receptor, marcan otro nivel de continuidad con uno de los presupuestos fundamentales de la teoría de las mediaciones. Desmontar las visiones que sólo ven manipulaciones -ya sea en una telenovela o en un videojuego- y evidenciar la complejidad de los procesos de interpretación es una tarea teórica que los procesos de hipermediación vuelven a poner en primer plano. (Scolari, 2008, p. 117).

### 2.3.3 Los jóvenes y la práctica audiovisual

#### 2.3.3.1 Nuevo sensorium o ecosistema comunicativo

La noción de sensorium moderno la acuña Walter Benjamin para referirse a los modos de percibir y sentir -recepción que se ve afectada por los cambios en la tecnología- siendo retomada por Martín-Barbero y Carlos Scolari. Resulta interesante la vigencia de la categoría para el análisis de esas apropiaciones simbólicas que dialogan con las innovaciones tecnológicas de cada momento y proceso histórico social. Martín-Barbero (2017) señala al respecto:

La primera manifestación de ese ecosistema es la multiplicación y densificación cotidiana de las tecnologías comunicativas e informacionales, pero su manifestación más profunda se halla en las nuevas sensibilidades, lenguajes y escrituras que las tecnologías catalizan y desarrollan. Y que se hacen más claramente visibles entre los jóvenes: en sus empatías cognitivas y expresivas con las tecnologías, y en los nuevos modos de percibir el espacio y el tiempo, la velocidad y la lentitud, lo lejano y cercano. Se trata de una *experiencia cultural nueva*, o como Benjamin lo llamó, un *sensorium* nuevo, unos nuevos modos de percibir y de sentir, de oír y de ver, que en muchos aspectos choca y rompe con el *sensorium* de los adultos. (...). No sólo en la velocidad de los autos, sino en la de las imágenes, en la velocidad del discurso televisivo, especialmente en la publicidad y en los videoclips, y en la velocidad de los relatos audiovisuales. (p. 89).

El medio aludido por Benjamin en la “La Obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica” fue el cine, Martín-Barbero dedica a los medios electrónicos (especialmente televisión) gran parte de su investigación y Scolari (2008) se refiere a la mediación realizada por los medios digitales del siguiente modo:

Cuando hablamos de pasar del objeto al proceso nos referimos a las dinámicas cognitivas y culturales que las tecnologías digitales han puesto en marcha. Como ya vimos, la información en forma de bits es la que facilita la manipulación de

textos, se reproducción o intercambio sin pérdida de datos y la convergencia entre lenguajes (...) Por lo que respecta a los receptores, del consumo activo, rebelde y contrahegemónico de las mediaciones entramos en otra dimensión donde el usuario colabora en la producción textual, la creación de enlaces y la jerarquización de la información. (p.114).

Por otro lado, si los estudios de comunicación han estado en su mayor parte centrados en ciertos medios (la radio, la prensa), lenguajes (cinematográfico, televisivo) y géneros (la televisión, los noticiarios), las hipermediaciones privilegian el trabajo en las orillas de los discursos mediáticos, en las zonas de contaminación semiótica dentro de los entornos digitalizados. (p. 116).

A partir de lo señalado Scolari (2008) reposiciona el lugar que configurará las apropiaciones simbólicas.

### **2.3.3.2 Comunicación e identidades de los adolescentes.**

#### **2.3.3.2.1 Jóvenes entre el Palimpsesto y el hipertexto- Martín - Barbero**

Este título fue usado en la recopilación de textos escritos sobre los jóvenes, desde 1996 por Martín-Barbero y publicado en 2017. Más allá de la distancia temporal, existe una contemporaneidad en lo planteado que lo resignifica en la presente investigación, destacando no sólo la anticipación con que logra vislumbrar el lugar que ocupan las nuevas tecnologías en las nuevas formas de comunicar/sentir/conocer sino el lugar que ocupan los jóvenes y sus consumos culturales en la comprensión de los procesos sociales.

Martín-Barbero (2017) utiliza la metáfora “palimpsesto” para representar la identidad de los jóvenes aludiendo al texto donde un pasado borrado, emerge insistentemente entre las líneas que escriben el presente y el “hipertexto” como representación de las ciberculturas y las nuevas formas de comunicación con que imaginan el futuro. Con respecto a esa identidad, el autor señala:

De ahí la configuración de una identidad marcada menos por la continuidad que por una amalgama en la que aún la articulación de los tiempos largos la hacen los tiempos cortos, son ellos los que vertebran intensamente el palimpsesto tanto de las sensibilidades como de los relatos que se dice la identidad. Es de lo que

habla esa cultura de la fragmentación (Sánchez Biosca, 1995) que se expresa en la cada vez más intensa identificación de los adolescentes con los relatos fragmentados del vídeo y del último cine. Frente a las culturas letradas, ligadas a la lengua y al territorio, las electrónicas audiovisuales, se basan en comunidades hermenéuticas que responden a identidades de temporalidades menos largas, más precarias, pero también más flexibles, dotadas de una elasticidad que les permite amalgamar ingredientes que provienen de mundos culturales muy diversos, y por lo tanto atravesados por discontinuidades y contemporaneidades, en las que conviven reflejos modernos con gestos atávicos. (p. 52).

Los jóvenes sienten empatía cognitiva e expresiva con ese ecosistema comunicativo que contiene las nuevas tecnologías que les permite resonar con la fragmentación y velocidad que proponen y que se traduce “en una camaleónica elasticidad cultural que les permite hibridar y convivir ingredientes de mundos culturales muy diversos”. (Martín- Barbero, 2017, pp. 31-32).

En los consumos y producciones audiovisuales se hacen presentes esas nuevas sensibilidades que incluyen nuevas visualidades y sonoridades, nuevos modos de concebir el tiempo y el espacio, que Martín Barbero (2017) las ve representadas en el videoclip:

Hay una lectura del fragmento, del pedazo, del deshecho (...) La gente joven hoy está haciendo otro tiempo, otros relatos. Así, el videoclip, no sólo es un objeto estético, sino una metáfora de los nuevos relatos. Estos nuevos relatos hablan de la nueva experiencia del tiempo que tiene la gente joven, es decir, de la fragmentación y la aceleración. (p. 74).

Los medios audiovisuales serían para dicho autor el discurso del “Bricolaje” de los tiempos y el de la “compresión del presente transformando el tiempo extensivo de la historia en el intensivo de la instantánea” (Martín-Barbero, 2017, p. 137). Otra noción que incorpora en la definición del presente es el flujo que significa “la disolvencia de los géneros y la exaltación expresiva de lo efímero, constituyéndose en la metáfora más real del fin de los ‘grandes relatos’, tanto religiosos/políticos como de los estéticos (...) nos encontramos ante la exaltación de lo

móvil y difuso y de la carencia de clausura e indeterminación temporal como clave de producción y propuesta de goce estético”. (p. 137).

### **2.3.3.2 Nueva Ecología de los Medios. Scolari**

#### **2.3.3.2.1 Hipermediaciones, Hibridaciones, Multimedialidad**

La noción de hipermediaciones formulada por Scolari (2008) ya fue presentada anteriormente, pero interesa recuperar algunas de sus características y cómo influyen en el diálogo que se genera entre los medios tradicionales y los nuevos medios porque influyen en la percepción que los sujetos tienen del mundo. Algunas de estas características son la hipertextualidad, multimedialidad y la interactividad, que Scolari las presenta del siguiente modo:

Por otro lado asistimos a una proliferación de medios (hoy podemos consumir información en pantallas de todos los tipos y dimensiones) y contenidos (una misma pantalla nos ofrece una vasta oferta de programas, informaciones y servicios). Un mismo contenido lo podemos encontrar en diversas versiones o formatos y, como contrapartida, cada medio pone a nuestra disposición una cantidad de contenidos inimaginables, hasta hace pocos años. (...)

Este proceso está convirtiendo una economía basada en los *hits* (muchos consumen un puñado de productos exitosos) en otra fundada en los *nichos*, donde el mercado se expande por la difusión de productos muy específicos. Varios factores están haciendo posible esta transformación, desde la difusión de la red digital hasta el desarrollo de sofisticadas tecnologías como los potentes motores de búsqueda, los filtros que nos permiten encontrar lo que buscamos e identificar productos similares y los programas que facilitan la producción y distribución de vídeos, fotos y audio. (Scolari, 2008, pp. 244-245).

Los medios tradicionales cambian a partir del diálogo con los nuevos medios, éstos favorecen la hibridación y “las contaminaciones entre lenguajes y sistemas semióticos”. (Scolari, 2008, p.118). Las formas de representar/comunicar de los nuevos medios impregnan los tradicionales y se dejan impregnar:



La fragmentación del relato y la pantalla, el ritmo acelerado y el desarrollo de estructuras narrativas cada vez más complejas son algunas de las características de las que hemos denominado *hipertelevisión*. (...) La convergencia de diferentes lenguajes y medios en un único entorno es otro de los rasgos distintivos de las hipermediaciones. Los pioneros del hipertexto siempre apostaron por un sistema donde confluyera todo tipo de documentos (escritos, gráficos, etcétera). La digitalización, además de facilitar la manipulación de los contenidos, está favoreciendo la integración de todas las pantallas -la del televisor, la del teléfono móvil o la del ordenador portátil- al permitir que un mismo contenido multimedia pueda aparecer, en formatos diferentes, en cualquiera de ellas. (Scolari, 2008, p. 287).

Dentro de esas nuevas sensibilidades Martín-Barbero señala la noción del tiempo y del espacio, lo que contextualiza Scolari (2008) en los medios digitales haciendo alusión a los cambios que genera en la relación con otros y en la interrelación de lo privado y lo público:

Así como el concepto de distancia (cerca/lejos, centro/periferia) ha ido variando en cada período histórico según las tecnologías que modelaban la percepción, también la oposición privado/público ha sufrido transformaciones por la irrupción de las tecnologías digitales. (...) Las tecnologías electrónicas de difusión -primero la radio y después la televisión- llevaron algo del exterior a los hogares, reduciendo la necesidad de salir del mundo familiar. Otras tecnologías como el teléfono son bidireccionales y se caracterizan por incorporar algo del mundo exterior pero, al mismo tiempo, por sacar algo del ámbito privado. La web, al permitir no sólo la comunicación bidireccional sino también la constitución de comunidades virtuales, está desplazando los límites entre lo público y lo privado, superponiendo espacios individuales y colectivos. (p. 275)

La brevedad, la fragmentación y la velocidad están muy presentes en la sociedad actual, aumentó la cantidad de mensajes aunque los mismos sean más breves. En cuanto a la fragmentación Scolari (2019) discrimina tres en el contexto actual:

Un proceso de fragmentación mediática motivado por la aparición de nuevos medios y plataformas de comunicación; por otra parte, se está produciendo una fragmentación del consumo caracterizada por el hecho, como ya dijimos, de

pasar poco tiempo en muchos medios. Finalmente, se está dando un proceso de fragmentación textual, no tanto por la quebradura de las grandes piezas textuales sino por la emergencia de millones de esquirolas significantes que encuentran en las redes su entorno “natural” de circulación y reproducción. (p.11).

#### **2.3.3.2.2.2 Nexos con la Educación. Proyecto Transmedia Literacy**

La configuración del ecosistema de los nuevos medios ha cuestionado la definición y pertinencia del alfabetismo mediático y la aparición de nuevas alfabetizaciones, contexto en el cual surge Internet Literacy o transliteracy que considera al consumidor actual “un sujeto activo que, además de desarrollar competencias interpretativas cada vez más sofisticadas para comprender los nuevos formatos narrativos, de manera creciente crea nuevos contenidos, los recombina y comparte en las redes digitales” (Scolari, 2008. p.8), lo que hemos definido como “prosumidor”.

El Proyecto Transmedia Literacy, involucra a un grupo interdisciplinario de 25 investigadores -incluido C. Scolari- en 8 países, entre ellos Uruguay. La investigación realizada por Morales, Cabrera, Rodríguez (2018) *Adolescencia y alfabetismo transmedia: análisis de las relaciones de consumo y producción de contenido y construcción de subjetividades*, fue realizada en nuestro país y considerada como antecedente de la investigación propia. El proyecto se centra en la prácticas transmedia y estrategias de aprendizaje informal en los adolescentes (12-18 años)<sup>5</sup>. El objetivo que figura en la página oficial es el siguiente:

Comprender cómo los niños y niñas aprenden habilidades fuera de la escuela. La construcción de esas competencias culturales y habilidades sociales estará en el centro de la investigación. Una vez identificadas las estrategias y prácticas de aprendizaje informal aplicadas por los jóvenes fuera de las instituciones formales, el equipo las "traducirá" en una serie de actividades y propuestas que se implementarán dentro de los entornos escolares. El Proyecto de Alfabetización Transmedia también producirá un Kit para Maestros que será diseñado para facilitar la integración de la transalfabetización en el aula.

---

<sup>5</sup> Rescatado de <https://transmedialiteracy.org/>

El Alfabetismo Transmedia es definido por Scolari (2008)<sup>6</sup> “como un conjunto de habilidades, prácticas, valores, sensibilidades y estrategias de aprendizaje e intercambio desarrolladas y aplicadas en el contexto de las nuevas culturas colaborativas” (p.4). Las competencias transmedia estarían relacionadas con la producción, el intercambio y el consumo de medios interactivos digitales, van desde los procesos de resolución de problemas en videojuegos hasta la producción y el intercambio de contenidos en plataformas web y redes sociales; la creación, producción, intercambio y consumo crítico de contenido narrativo (fanfiction, fanvids, etc.). (p. 8).

El equipo del proyecto desarrolló una taxonomía de competencias relacionadas con la producción, el consumo y la postproducción de medios en el contexto de la cultura transmedia juvenil. “Las 134 competencias transmedia identificadas durante la investigación se organizaron en 9 dimensiones: producción; prevención de riesgos; performance, gestión social, individual y de contenidos; medios y tecnología; ideología y ética; narrativa y estética.” (Scolari, 2018, p. 9). El proyecto antes presentado permite contextualizar los conceptos que venimos manejando –consumo y producción audiovisual – en intervenciones educativas.

#### **2.3.3.2.3 Nuevos modos de estar juntos. Cultura, comunicación y comunidad**

El estudio de la relación entre las prácticas comunicacionales y las nuevas tecnologías ha sido abordado por varios autores, a los ya presentados queremos sumar los aportes realizados por José Luis Brea. Con la metáfora Cultura \_ Ram (Brea, 2007) se refiere a los cambios que experimenta la cultura en la era de su distribución electrónica:

Cultura\_RAM significa: que la energía simbólica que moviliza la cultura está empezando a dejar de tener un carácter primordialmente rememorante, recuperador, para derivarse a una dirección productiva, relacional. Que la cultura mira ahora menos hacia el pasado (para asegurar su recuperabilidad, su transmisión) y más hacia el presente y su procesamiento. Menos hacia la conservación garantizada de los patrimonios y los saberes acumulados a lo largo del tiempo, de la historia, y más hacia la gestión heurística de nuevo conocimiento; a eso y a la optimización de las condiciones del vivir en comunidad, de la interacción entre la conjunción de los sujetos de conocimiento –sometida a grados crecientes de diversificación, diferencia y complejidad. Que

---

<sup>6</sup> Scolari (2018). *Alfabetismo transmedia en la nueva ecología de los medios. Libro blanco.*

ella, la cultura, está empezando a dejar de comportarse como, principalmente, una memoria de archivo para hacerlo en cambio como una memoria de procesamiento, de interconexión de datos –y sujetos– de conocimiento. (p. 13).

Esa energía simbólica es dinámica y se ramifica, dispersándose en todas las direcciones y reproduciéndose en red, fluyendo como todo lo vivo (Brea, 2007, p. 14). Este autor destaca a partir de la metáfora usada, la importancia de la conectividad, *puentes de enlace y apertura a redes* de distribución así como la coproducción colectiva:

Aquí, cada elemento o signo tiene memoria y «sabe» de las otras partes porque ello es justamente la condición de «engranaje» con ellas: tanto cada una resuena en las demás como el sistema -el conjunto orgánico de esa red de reciprocidades -lo hace en cada una de las partes, sentenciando las «valencias» que le hacen posible participar ahí, comunicarse. Aquí memoria es *reciprocidad y comunicación*, la resonancia del otro y su diferencia en cada singularidad articulada. Aquí la memoria es tensión y experiencia de red y organicidad, código de intercambiabilidad y sincronicidad (...) Si aquella memoria era preservadora, retentiva, ésta es fluida y dinámica; si aquella ponía identidad y retención, ésta pone diferencia, red y flujo. Donde aquella era monumento y voluntad de permanecer, ésta no hace sino eco, *diferición* y conciencia de otredad, incluso para sí misma. Memoria de no ser sino en esa apertura hacia lo otro, hiperenlace activo, diferencia en curso. Memoria como reproducción miniaturizada del sistema al que pertenece (...) y al mismo tiempo transitividad continua, diferencia desplazada, (des)memoria nómada y en continuo devenir... (Brea, 2007, pp.17-18).

Nuevamente aparece la noción de consumo activo/creativo y se identifica de modo más contundente los procesos de co- creación, la aparición de un sujeto multitudinario y colectivo, una producción “puesta en línea y red (...) Hasta un punto en que la propia noción de autoría – y por ende de propiedad intelectual– se diluye en un proceso participativo de ecos y reenvíos cada vez más amplio y expansivo” que culmina en creación colectiva. (Brea, 2007, pp. 27-28).

Lo señalado por Brea (2007) se podría asociar al sentimiento colectivo y emocional, que Maffessoli (2004) señala como “religación contemporánea”:

Así, la red de redes se presenta como una arquitectónica que no vale más que por los elementos que la componen. Volviendo a emplear la tipología del sociólogo E. Troeltsch, la socialidad inducida por la red sería de tipo místico. Este término califica perfectamente el dominante de la "religación" contemporánea. En él encontramos a la vez lo borroso, la movilidad, la experiencia, la vivencia emocional. Cosas que, como he tratado de mostrar a lo largo de este análisis, sobrepasan la sustancia irreductible individual y confortan el sentimiento colectivo. (Maffesoli, 2004, p. 177).

Las nuevas sensibilidades cognitivas y expresivas, las nuevas competencias transmedia se configuran en “nuevas formas de estar juntos”, características de las tribus contemporáneas (Maffesoli, 2004).

## **2.4 Algunos aportes desde la filosofía y la semiología a los modos de producción de sentido del Cine y de la práctica audiovisual de los jóvenes**

### **2.4.1 Los modos de producción de sentido y afecto – Roger Odin**

#### **2.4.1.1 La perspectiva semiológica. Los modos y los procesos que implican, su carácter transmedial**

El modelo de comunicación planteado desde una perspectiva semiológica, a la que se adscribe Roger Odin, identifica producción de texto tanto en el espacio de realización como en el de lectura, analizando los modos y efectos de esa construcción:

La semiología plantea que no hay nunca transmisión de un texto de un emisor a un receptor, sino un doble proceso de producción textual: uno en el espacio de la realización y otro en el espacio de la lectura. Cuanto más las determinaciones que construyen los actantes de esos dos espacios se corresponden, más oportunidad hay para que las dos producciones textuales (los dos textos) sean próximas. El objetivo de la semiología consiste en proporcionar un marco teórico que permita interrogarse sobre la manera en que

se construyen los textos tanto en el espacio de la realización como en el de la lectura y sobre los efectos de esta construcción. (Odin, 2006, p. 131).

Desde esa perspectiva Roger Odin (2006) considera que cualquier trabajo de producción textual puede describirse “por la combinatoria de un número limitado de modos de producción de sentido y de afectos los cuales conducen cada uno a un tipo de experiencia específica (...), y que el conjunto forma nuestra competencia comunicativa: modo ficcionalizante, espectacularizante, fabulizante, documentalizante, privado, etc.” (p.131). Sería objetivo de la semiopragmática responder, ¿cuándo se pone en práctica tal o cual modo? ¿Cómo estos modos se articulan o incluso se jerarquizan?

La identificación y reflexión sobre los modos de producción de sentido y afecto planteado por Odin, plantea múltiples posibilidades de análisis e intervención. Dentro de los proyectos nacionales que integran esta perspectiva se encuentra *Cine Casero*, un colectivo que investiga y rescata el valor de los registros audiovisuales de la vida cotidiana (películas domésticas y cien amateur). Julieta Keldjian (2015)<sup>7</sup>, integrante del colectivo, identifica los modos definidos por Odin de acuerdo al efecto que produce:

Así Odin caracteriza los modos de producir sentido según los efectos que el film trata de lograr: el *modo espectacular*, cuya función primordial es la evasión; el *modo ficcional*, que involucra al espectador en el relato; el *modo energético*, que motiva al espectador a partir de las imágenes y los sonidos; el *modo privado*, que apela a la experiencia de vida; el *modo documental*, que informa sobre la realidad; el *modo argumentativo*, que atiende al discurso; el *modo artístico*, que se centra en la producción autoral, y el *modo estético*, que privilegia la búsqueda de valores en la esencia de la imagen y el sonido. Los modos pueden funcionar combinados y activarse en distintos sentidos, pero siempre prevalecerá alguno sobre los demás (Odin, 2000). La institución es el marco social en el que estos modos se activan. Ella delimita el espacio material, extracinematográfico, al tiempo que regula y pone en juego los procesos de producción de sentido. Cada

---

<sup>7</sup> J. Keldjian. *Las proyecciones de Cine Casero desde la perspectiva semiopragmática*. 16-25. En Revista dixit n.0 23, julio-diciembre 2015.

film orienta los recorridos, y las instituciones definen el terreno dentro del que se producen los significados, por sintonía pero también por falta de ella. (p.18)

Estos modos de producción de sentido y afecto, se combinan de distintas maneras y son analizables, de acuerdo al autor<sup>8</sup>, en función de distintos procesos que son aplicables a distintos medios:

Estos modos son analizables en términos de *procesos* (diegetización, narrativización, puesta en fase, etc.) se pueden descomponer, a su vez, en *operaciones* (figurativización, temporalización, etc). Por definición, estos diversos mecanismos (modos, procesos, operaciones) se consideran *transmediáticos* (susceptibles de funcionar sobre todos los medios). (...) Considerar que los mecanismos de producción de sentido y de afectos son transmediáticos da la posibilidad de entregarse a *comparaciones intermediales* (Odin, 2019, pp.176-177).

En relación al cine y los cambios generados por los nuevos medios Odin (2019) analiza el Cine en función de los modos de lectura haciendo una retrospectiva y reflexionando sobre la “impregación” entre medios que ya había sido considerada por otros autores presentados anteriormente. Aporta dos conclusiones al respecto:

La primera es que la situación del cine en la actualidad, en términos de los modos de lectura convocados, parece como sorprendentemente cercana de lo que sucedía en la primera etapa del cine. Es probable, como se sugirió antes, que esto refleje una situación intermediática particular que empuja al cine hacia una especie de refundación.

La segunda de carácter teórico, es la de proponer la noción de *sistema intermediático evolutivo*. Si en una época determinada los medios se definen los unos en relación con los otros, cuando se cambia un elemento o se añade otro, todo cambia: la fotografía transformó a la pintura, la radio transformó al teléfono

---

<sup>8</sup> Semiopragmática e intermedialidad. En *Semióticas del cine y del audiovisual. Nuevas tendencias*. Editor Juan Alberto Conde; Torben Grodal [y otros doce]. – Bogotá: Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano. Facultad de Ciencias Sociales. Departamento de Humanidades, 2019. Editorial Utadeo.

(que perdió su papel de medio musical), la aparición de la televisión (y del video) transformó al cine. (p. 191).

El cine como medio se mantiene vigente en nuestra sociedad, impregnado y expandido por otros medios e instituciones. Odin (2019) reflexiona al respecto,

Es claro que no podremos reducirlo a su función espectacular (...): el cine interviene *en relación con otros medios* en un gran número de otras instituciones para hacer soñar (una institución ficcional), para participar en el incremento de nuestros conocimientos (una institución científica), para educar (la escuela o la Iglesia), para perpetuar el recuerdo (la familia)... podríamos añadir seguramente otras instituciones, por ejemplo el ejército. El cine no es en este período más que un elemento entre otros del sistema intermediático de instituciones que existían ya antes de su nacimiento. (Odin, 2019, pp. 185-186)

Hoy vamos a cine no por la historia narrada (es decir, no para *ficcionalizar*), sino para ser sorprendidos, asustados, y para experimentar los efectos en el propio cuerpo (en particular los efectos de vértigo). El nuevo espectador, subraya Richard Corliss, no busca ser *emocionado (stirred)*, sino *sacudido (shakern)*. (Odin, 2019, p.190).

De acuerdo a lo señalado antes, Odin identifica de forma prioritaria el modo *energético*:

#### **2.4.1.2 Film familiar como documento – Una relación afectiva especial**

Bajo la denominación de “film familiar como documento” Odin (2008) nuclea “el film familiar” propiamente dicho y a las “producciones *amateurs* documentales” (p.198), el rasgo que tienen en común “es la relación afectiva especial que las imágenes tejen con el espectador; el que las ha filmado es alguien como yo; así que estas imágenes son también un poco más: yo podría haberlas filmado también; me hablan de gente como yo...”. (p. 210). Por film o video familiar entiende “el realizado por un miembro de la familia sobre personajes, acontecimientos u objetos vinculados de algún modo a la historia de esa familia y de uso prioritario para sus miembros. (p.199). Cabría cuestionarse si el último aspecto señalado, sigue siendo excluyente, en la actualidad, en función de la frecuente circulación y difusión por redes sociales de producciones audiovisuales de estas características. Odín (2008) destaca tres particularidades en el film familiar:



La primera particularidad del film familiar es que realizar un film no constituye su primer objetivo. El cineasta familiar filma, en principio, por el placer de jugar con su cámara y con los múltiples aparatos que los fabricantes han dispuesto para él. Después, filma por el placer de reunir a su alrededor a los miembros de su familia. En manos del cineasta familiar, antes que un instrumento de grabación, la cámara es un catalizador, un mensajero o intermediario. (...) Pero es que este plano no ha sido tomado para que lo vea un espectador; pues ha producido sus efectos *antes* de ser proyectado, durante el tiempo de su filmación, cuando es obvio (como muestra la película) que todo el mundo ha disfrutado al máximo juntándose delante de la cámara: por turnos, cada miembro de la familia interpreta su número; (...) En el entorno familiar, filmar tiene algo de *juego colectivo*. De modo que incluso antes de existir en calidad de film, el film familiar ya ha desempeñado su papel.

Para Odin (2008) el proceso de filmación en un film familiar es más importante que el resultado, eso haría que muchas veces ni siquiera se visualice todo lo grabado, o que lo grabado sea “parcelado” o “estirado”. (p. 200). Sostiene además que el film familiar apela al *modo de lectura privado*, en lugar del *documentalizador* que pone en marcha tres procesos: construcción de un enunciador *real*, el cuestionamiento de ese enunciador y la evaluación del valor informativo que se ha mostrado (p. 201). Destacada las siguientes diferencias entre los modos y procesos mencionados:

Ante un film familiar, el espectador familiar construye sin duda a un enunciador real (la familia), pero no cuestiona la verdad y no espera que el filme le aporte datos: ha vivido los hechos mostrados. Las imágenes de un film familiar funcionan menos como representaciones que como *índices* que invitan a *volver sobre el pasado vivido*: en esto consiste el *modo de lectura privado*. El film familiar no se inscribe en un proceso de *comunicación*, sino en un doble proceso de *rememoración*:

- un proceso de rememoración *individual* (...) Una de las características de este lenguaje es que no es necesario referirse al contexto para comprenderlo: (...) el contexto no es sino la vivencia del sujeto. Esto es lo que explica que un film familiar sea tan aburrido para los que no son miembros de la familia: no tienen el contexto

de referencia y por tanto no entienden nada de las imágenes deshilvanadas que les enseñan. Y esto también es lo que explica que los miembros de la familia vean en las imágenes mucho más de lo que se representa en ellas. Imágenes totalmente banales pueden remitir así a representaciones que están lejos de serlo. (Odín, 2008, 202)

Lo importante en el funcionamiento de un film familiar, estaría para Odín (2008) en las interacciones colectivas al filmarlo o visionarlo, así como en los discursos individuales suscitados. Con respecto a las dificultades y oportunidades que implica considerar al film familiar como documento reflexiona:

La primera dificultad es la vinculada al carácter estereotipado del film familiar. (...) No hay nada, de hecho, que se parezca tanto a un film familiar como otro film familiar. Podemos aplicar al film familiar lo que Pierre Bourdieu ha dicho de la fotografía familiar: en este marco, no *puede* filmarse nada aparte de lo que *debe* filmarse. De un film familiar a otro, volveremos a encontrar las mismas ceremonias rituales (boda, nacimiento, comida de familia, entrega de regalos, etc), las mismas escenas cotidianas (bebé en brazos de su madre, bebé bañado, etc.) las mismas secuencias de vacaciones (juegos de playa, paseo de montaña, etc). Ante semejante repetición de imágenes, el cansancio se apodera a veces del que mira estos films. Sin lugar a dudas, el valor informativo del film familiar es extremadamente escaso.

Ante la dificultad que plantea el carácter estereotipado de este tipo de film, Odin (2008) recupera el valor de su representatividad, lo que consideramos importante dado la abundancia de este tipo de producción audiovisual en la actualidad y las relaciones que plantea con la presente investigación, aunque no sean directas,

No obstante, si uno quiere mirar las cosas de otro modo, sin dejarse atrapar por la connotación negativa atribuida demasiado sistemáticamente al estereotipo, está claro que el carácter estereotipado de las imágenes del film familiar también es una buena baza, hace patente su extraordinaria *representatividad*. Una imagen

de un film familiar, en la medida que es una manifestación de todo un conjunto de imágenes análogas, posee una extraordinaria fuerza *ejemplificadora*. Cada imagen es una condensación, una *crystalización* de cientos, de miles de imágenes análogas. Basta con que el espectador sepa que tiene delante una imagen de film familiar para que se imponga esta evidencia. No hay, seguramente, imágenes de reportaje que tengan tanta fuerza. (pp. 203-204).

Otra dificultad identificada por Odin (2008) para considerar el film familiar como documento, sería lo que en general excluye, que podemos constatar y también cuestionar, en las producciones audiovisuales actuales que son compartidas públicamente por redes sociales:

La segunda dificultad estriba en los tabúes de representación que la institución familiar hace pesar sobre estos films. Un film familiar tiene prohibido representar todo lo que puede chocar o simplemente molestar (lo íntimo), todo lo que pueda sacarse de una visión optimista de la vida familiar (la enfermedad, el sufrimiento, la miseria), todo lo que pueda amenazar la representación ideal de la familia (las discusiones de pareja, los conflictos generacionales, los dramas familiares, etc). En suma, el film familiar construye una visión eufórica de la vida familiar. (Odin, 2008, p. 205).

La otra categoría que Odin (2008) incluye en el “film familiar como documento” son las *producciones amateurs documentales*, se diferencian de las anteriores en que el que filma tiene una “intención previa”, está decidido a dejar un testimonio sea a su familia o a un público más amplio, es deliberadamente *discursivo*, y “pone en práctica una auténtica labor cinematográfica (...): búsqueda de encuadre, trabajo de montaje, redacción de un título que sirva de consigna de lectura, añadido de un comentario, cuando no de una sonorización incluye ruidos y música, inserción de subtítulos...”. (p. 207)

Odin (2008) destacada la generalización de estos vídeos en la actualidad y el diálogo con el medio Televisión que hoy podría extenderse a otros medios,

(...) parece que las producciones hechas por el cineasta familiar de hoy funcionan cada vez menos en el marco de la institución familiar y cada vez más en el marco de la institución Televisión, o como mínimo en el marco del *imaginario televisión*. El cineasta familiar ya no ambiciona solo producir imágenes para su familia, sino producir imágenes que puedan salir en televisión (...) (p. 210).

Dentro de las *producciones amateurs documentales* Odin (2008) distingue cuatro categorías: *documento*, *reportaje*, *el testimonio*, *los documentos egocentrados*. Se presentará la descripción que el autor da de los dos últimos por la mayor relación con lo investigado:

- El *testimonio*: esta forma de producción va un poco más allá en el compromiso del sujeto que filma: ya no dice solo “yo estaba allí”, sino “yo lo he vivido”, y suscribe una voluntad de que se reconozca el hecho o el acontecimiento en el espacio público: “aplíquese el cuento” (...)
- Los *documentos ego centrados* (las *ego- producciones*): se trata de documentos centrados directamente en la vida del realizador. En la actualidad constituyen las producciones más numerosas, pues parece que existe una relación privilegiada entre el vídeo y la expresión del “yo”. Como veremos, estas producciones impiden cuestionar la verdad. Los teóricos del relato autobiográfico son muy conscientes de este punto. (...). De hecho, las ego producciones tanto a documentar el yo como a resolver un problema personal (...). (pp. 208-209).

## **2.4.2 Lógicas del Hipercine. Aportes desde la filosofía, Lipovetsky y Serroy**

### **2.4.2.1 Pantallaesfera**

El cine como Lipovetsky y Serroy (2009) destacan, fue la primera pantalla iluminada, la gran pantalla, la que muestra la vida en movimiento y hoy estaríamos vivenciando la *pantallaesfera*:

En menos de medio siglo hemos pasado de la pantalla espectáculo a la pantalla comunicación, de la unipantalla a la omnipantalla. La pantalla de cine fue durante mucho tiempo única e insustituible; hoy se ha diluido en una galaxia de dimensiones infinitas: es la era de la pantalla global. Pantalla en todo lugar y todo momento, en las tiendas y en los aeropuertos, en los restaurantes y los bares, en el metro, los coches y los aviones; pantallas de todos los tamaños, pantallas planas, pantallas completas, minipantallas móviles; pantallas para cada cual, pantallas con cada cual; pantallas para hacerlo y verlo todo. Videopantalla, pantalla miniaturizada, pantalla gráfica, pantalla nómada, pantalla táctil: el nuevo siglo es el siglo de la pantalla omnipresente y multiforme, planetaria y multimedia. (Lipovetsky y Serroy, 2009, p.10).

De acuerdo a lo señalado el Cine se configuraría como *pantalla global* interactuando activamente con el resto de las pantallas: de vigilancia, informativas, de ambientación:

El arte (arte digital), la música (el videoclip), el juego (el videojuego), la publicidad, la conversación, la fotografía, el saber: nada escapa ya a las mallas digitalizadas de esa pantallocracia. La vida entera, todas nuestras relaciones con el mundo y con los demás pasan de manera creciente por multitud de interfaces por las que las pantallas convergen, se comunican y se conectan entre sí. (Lipovetsky y Serroy, 2009, p. 23).

Aunque las pantallas se hayan multiplicado, el espíritu del cine impregna el resto de los medios logrando una *cinevisión globalizada*, que atraviesa y alimenta el resto de las pantallas, incluso las cotidianas, las del móvil, aumentando las “expectativas de visualidad y de hipervisualidad, del mundo y de nosotros mismos. Ya no queremos ver sólo “grandes películas”, queremos ver también la película de los momentos de nuestra vida y de lo que estamos viviendo (...). (p. 24-25). Reflexionar sobre el *hipercine* (Lipovetsky y Serroy, 2009) y las lógicas que encierra implica comprender la relación con los procesos sociales y culturales así como el modo en que los percibimos:

Pensar el hipercine no es buscar las estructuras universales del lenguaje cinematográfico ni hacer una clasificación de las imágenes, sino poner en relieve lo que dice el cine sobre el mundo social humano, cómo lo reorganiza, pero también cómo influye en la percepción de las personas y reconfigura sus expectativas. Ni sistema cerrado ni puro espejo social, el hipercine debe interpretarse de forma global, por dentro y por fuera, como efecto y como modelo imaginario. Como el cine no carece de vínculos con el pensamiento filosófico, no habrá que perder de vista que los lazos que mantiene con la sociedad y la cultura son los que proporcionan las mejores claves para entender su esencia y su futuro concreto. (...) se trata de abordar la *economía general* del cine de la nueva época, reconociendo en él una capacidad transformadora de lo imaginario cultural global. (p. 27).

El modo de sentir del hipercine en cuanto al “deseo de vibrar con la velocidad, de vivir la intensidad del momento discontinuo, de probar sensaciones directas e inmediatas” y “una estética high-tech, imágenes impactantes y sensoriales que desfilan a gran velocidad” (Lipovetsky y Serroy, 2009. pp. 52- 54) las asociamos al modo energético que conceptualiza Roger Odin (2006). Los procesos que Lipovetsky y Serroy (2009) identifican en el cine *hipermoderno* son: *la imagen exceso, la imagen-multiplejidad, la imagen-distancia*, los definen del siguiente modo:

El primer proceso coincide con una dinámica de hiperbolización (...) se caracteriza de manera creciente por una especie de proliferación vertiginosa y exponencial. (p. 68).

El segundo proceso se encuentra en una lógica de desregulación y de aumento de la complejidad formal del espacio-tiempo-fílmico. (...) es un cine que ejemplifica así una categoría conceptual, también inédita: la imagen-multiplejidad. El tercer proceso es el de *autorreferencia* (...) el fenómeno cambia de carácter: se trivializa, se diversifica, se vuelve el lenguaje mismo de un cine en que la referencia, la relectura, el segundo nivel, la parodia, el homenaje, la cita, la reinterpretación, el reciclaje, el humor forman parte de la práctica corriente (...) El concepto que permite descifrar esta hipermodernidad

autorreferencial no es otro que la *imagen-distancia*. (...) el cine hipermoderno crea una distancia de otro orden que depende del ingenio, de un mecanismo intelectual y humorístico. El espectador está tanto dentro como fuera de las películas: he ahí una de las paradojas del hipercine. (pp. 69-70).

#### **2.4.2.1.1 Imagen exceso**

Este proceso del hipercine señalada por Lipovetsky y Serroy (2009) se aprecia en las producciones audiovisuales consumidas y producidas por los adolescentes, en consonancia con la visualidad contemporánea, es una “estética hipermoderna de la saturación, cuyo fin es el vértigo, la estupefacción del espectador. Arrastrado por la escalada de imágenes, la velocidad de las secuencias, la exageración de los sonidos”. (p. 74). La presencia de esta lógica se asocia con las nuevas tecnologías y con las oportunidades que éstas aportan como medio.

La imagen –velocidad se aprecia en la integración de lenguajes y medios así como en el manejo de distintos recursos específicos formales, técnicos y simbólicos:

(...) la norma es el empleo de tomas muy cortas (...) El plano se vuelve casi un flash y es su brevedad lo que hace que el impacto sea más brusco y su repetición acelerada lo que produce el efecto de *bombardeo visual*. Esta puja, que no carece de vínculos con la estética del videojuego y el videoclip, puede llegar a ser frenética, ya que la acentúa toda una serie de medios: montaje nervioso, diálogos breves, multiplicación de las escenas de persecuciones, subrayados sonoros (...) Muchos cineastas nuevos proceden además del videoclip, la publicidad, la televisión, el videojuego: formas de expresión en las que está prohibida la lentitud.(...) La dialéctica de los tiempos vivos y los tiempos muertos, que establecía un contrapunto con unos y otros y hacía sentir lo rápido por contraste con lo lento, como elaboración progresiva de una aceleración de valor dramático que se construye a ritmo creciente, ya no están en circulación: ahora es velocidad ininterrumpida y sin pisar el freno. (Lipovetsky y Serroy, 2009, pp. 78-79).

La imagen-profusión (Lipovetsky y Serroy, 2009) se asocia con la abundancia y saturación de elementos que conviven simultáneamente, es fácil de identificarla en películas de acción y/o terror, donde los efectos especiales son los protagonistas.

#### **2.4.2.1.2 Imagen Multiplejidad**

Como segundo proceso del hipercine, Lipovetsky y Serroy (2009) identifican la multiplejidad que se refiere a una mayor complejidad en la estructuración del espacio fílmico y de la narrativa, “ya no es la linealidad del relato, sino una red compleja y multidireccional en la que nos perdemos en un tejido de deslumbres discontinuos e impresiones en cadena. (p. 105). El hacer vibrar con las imágenes y sonidos – *modo energético*- es una característica de esta categoría que busca la “sorpresa que fulmina y que se repite sin cesar como un fin en sí mismo. (p.103).

La presencia en los relatos de muchos personajes que van abriendo distintas historias paralelas se asocia también con esta característica. Desde este lugar aparece mayor atención a las historias particulares; la infancia y adolescencia entran a escena con más profundidad:

La infancia y la adolescencia se observan con lupa y se acentúa la dificultad de vivir que sienten todos a estas edades (...) Sin norte ni punto al que agarrarse, la juventud, tal como aparece en las representaciones más extremas que nos ofrece el cine, sufre una desorganización-desintegración radical, en relación con ella misma y con el mundo social. (p. 111).

#### **2.4.2.1.3 La imagen distancia**

El tercer proceso definido por Lipovetsky y Serroy (2009) se refiere a la autorreferencia y la relectura.

Guiños, citas, alusiones, referencias: son ya innumerables las películas que acentúan la distancia respecto de ellas mismas, induciendo al espectador a adoptar una distancia parecida respecto a lo que ve. (p.124)

La imagen-distancia va mucho más allá de los *remakes* y las continuaciones. Hoy se manifiesta, más directamente, en una distancia del cine respecto de sí mismo. Se ve en primer lugar por la frecuencia con que en el interior de las películas aparecen fragmentos de otras películas inscriptos en la trama narrativa. (pp. 129-130).



En el hipercine, la distancia, al instalarse en el núcleo mismo de la película, tiende, según el mecanismo de la ironía, a dar a entender y a ver algo distinto de lo que dice y enseña. La parodia y el pastiche, en forma de palimpsesto, representan el aspecto más tangible de esta distancia que se introduce en la obra relacionándola con otra que le sirve de referencia. (p. 135).

Es uno de los procesos en los que se centró la selección de los casos, donde no sólo aparece un guiño o alusión a otra producción audiovisual sino que la misma es parte del contenido.

#### **2.4.2.2 La pantalla lúdica**

En esta categoría Lipovetsky y Serroy (2009) incluyen las pantallas que tienen como finalidad el juego, entretenimiento, espectáculo con una relación más emocional con el cine (p. 285).

##### *Videos juegos*

Lipovetsky y Serroy (2009) destacan el creciente auge de esta plataforma desde su aparición a principios de los '70 y la “*cinematografización* del individuo y de su relación con el mundo, que induce a los internautas a filmarse y a colgar en Internet su intimidad a los videoaficionados a hacer sus cortos”, lo que mantiene relación con el primer caso seleccionado.

Otro aspecto destacado por los autores estudiados es la integración en los video juegos de escenas “cinemáticas” (Lipovetsky y Serroy, 2009, p. 288) que evocan a films conocidos, hay efectos poéticos/estéticos que se transfieren. Los préstamos entre ambos son frecuentes y se aprecia en forma bidireccional, compartiendo temas, personajes, argumentos.

##### *Video Clips*

Lipovetsky y Serroy (2009) hacen referencia al impacto que generó esta expresión cultural:

Todo cambia en los años ochenta, con la explosión el video clip, nuevo maridaje de música e imagen que utiliza los complejos trucajes del vídeo (...) Luego llegó la multiplicación de los canales musicales, alimentados por el mercado del video-clip, en pleno auge, hasta que a comienzos del nuevo milenio, a raíz de las nuevas técnicas avanzadas, vuelve a trastornarse la situación. Ha llegado la era del MP3 y el iPod, de las bajadas de archivos al móvil, de los sitios web donde se comparten imágenes y sonidos.(...) Difundir música y canciones filmadas ya

no basta: ahora hace falta que la música se combine con un visual que funcione como moda y cine, marca y estilo, No ya la simple imagen del intérprete, sino una creación visual hecha de pujas “deconstructivas”, destinadas a crear una posición distintiva, una “imagen de marca” para un público joven, que espera sensaciones, *looks* y originalidad anunciada. (...). (p. 292).

Al igual que con los videojuegos los video clips dialogan con el cine, “desde los años ochenta, el videoclip aporta al cine una nueva mirada, una nueva forma, más contrastada, de mostrar y contar” (Lipovetsky y Serroy, 2009, p. 292), algunos cineastas adoptan su estética: planos breves, efectos de zapeo, imágenes sometidas a un ritmo compulsivo.

Para Lipovetsky y Serroy, (2009), el video clips es un buen ejemplo de hipercine dado que se amalgaman las tres lógicas o procesos antes señalados:

Al principio, el videoclip fue una simple puesta en imagen de una melodía. No se quedó en eso, pues ahora aparece como una expresión breve pero ejemplar de la lógica de lo hiper (...) Imagen exceso ante todo, con efectos especiales, rapidez de las imágenes, montaje brusco para causar continuamente sorpresa y sensaciones casi en exclusiva por el método de inmersión. A continuación la imagen- multiplejidad, como lo atestiguan los innumerables engastes, las fragmentaciones de imágenes, las multiplicaciones y desparramamientos de las figuras (...) Por último, la imagen-distancia, ya que los videoclips cultivan en abundancia la estética disparatada, “de alucine”, irónica, que tanto aprecian los jóvenes. Es pues la misma lógica de lo hiper la que articula el cine, la publicidad y el videoclip. Éste casi escapa a la necesaria linealidad del discurso-relato, al imperativo de coherencia en el encadenamiento de los planos. Libre de trabas narrativas, el videoclip se presenta como bombardeo sonoro y visual puro, deconstrucción llevada al extremo... (pp. 293).

En el videoclip hay una relación diferente entre imagen y sonido, no siempre aparecen asociados, se aprecia mayor irregularidad y contraste, más allá de que se mantenga -al igual que en el cine- una historia, en este caso asociada con la canción.

### 3. MARCO METODOLÓGICO

#### 3.1 Enfoque metodológico

El enfoque de la investigación es cualitativo interpretativo, siendo el estudio de casos la estrategia metodológica seleccionada. Se trabajó con un caso múltiple o colectivo, estudiando un “número de casos en forma conjunta a fin de estudiar un fenómeno, población o condición general; se trata de un estudio instrumental extendido a varios casos” (Vasilachis de Gialdino, 2013, p. 16), donde las opiniones de los entrevistados- datos subjetivos- son de vital importancia. Se utilizaron dos de las estrategias que identifica Stake (1999): “la interpretación directa de los ejemplos individuales, y la suma de ejemplos hasta que se pueda decir algo sobre ellos como conjunto o clase” (p. 69). En la selección se consideraron atributos de interés, ciertas recurrencias así como particularidades, y las posibilidades de relación que permiten comprender lo estudiado en su complejidad y contexto.

La investigación aspira a caracterizar los relatos cotidianos de adolescentes uruguayos de un contexto determinado –estudiantes de Bachillerato, Liceos del Departamento de Colonia, Turno Diurno, 2021 y 2024- haciendo centro en la producción audiovisual que crean y comparten, su relación con el consumo y las nuevas tecnologías que son medio de creación y comunicación con otros. El fin último es comprender esas experiencias cotidianas de los adolescentes en la actualidad y establecer puentes con la Educación. Este “énfasis en la interpretación” y en la “comprensión mediante la experiencia”, son identificadas por Stake (1999, p. 20 y 42) como propias de la naturaleza cualitativa y están presentes en la investigación. El lugar protagónico que los agentes sociales ocupan en la metodología cualitativa, es un rasgo que Sautu (2005) destaca como distintivo: “sus percepciones, ideas, emociones e interpretaciones, constituyen la investigación misma, estén estos plasmados en un texto ya existente, en una fotografía o en los relatos de una entrevista abierta (p.38). Los jóvenes y las producciones audiovisuales que crean y consumen en el ámbito cotidiano están en el centro de la investigación, orientada al estudio de casos que como señala Stake (1999) “Nos interesan tanto por lo que tienen de único como por lo que tienen en común. Pretendemos comprenderlos. Nos gustaría escuchar sus historias” (p.15). Se seleccionaron dos casos, nombrados como “A” y “B” que a su vez fueron desglosados en consumo audiovisual y producción audiovisual respectivamente y puestos en relación.

### **3.2 Instrumentos de investigación**

La primera aproximación al problema de investigación se realizó mediante entrevistas informales exploratorias aplicadas en el 2021 a 21 estudiantes de tres liceos del departamento de Colonia, la mayoría aplicadas en forma grupal y recogidas con audios.

El objetivo de esa fase exploratoria fue sondear la viabilidad del tema de estudio, recoger datos que permitieran orientar una primera búsqueda y visionado de documentos audiovisuales nombrados por los adolescentes en el consumo, avanzar en cuanto a delimitación de la población y la construcción de instrumentos. En cuanto a los resultados arrojados, toda la población entrevistada manifestó consumir audiovisuales, mientras poco más de la mitad declaró producirlos y compartirlos en las redes sociales; lo que confirmó en este contexto y momento la existencia de las prácticas audiovisuales que interesaba investigar.

En cuanto a la unidad de análisis de la investigación, se mantuvo el recorte geográfico antes realizado -Departamento de Colonia- y se delimitó más la población comprendida oficiando la institución educativa -Educación Secundaria- como marco para ese segundo recorte -Bachillerato, diversificación Arte y Expresión, turno diurno- que habilita el contacto con la misma en el 2021. El trabajo de campo se completa en el 2024, movilizado por la necesidad de actualizar la base de datos ya procesados y abriendo la recogida de los mismos a otra Diversificación de Bachillerato: Matemático y Diseño.

Los recortes realizados se asocian con lo geográfico y con lo curricular. El primero responde a la viabilidad y disponibilidad logística, la cercanía física y vincular con las instituciones del departamento de Colonia, lo que propició el acceso y la aplicación de las estrategias metodológicas seleccionadas, más allá de las dificultades evidenciadas en la primera etapa por el contexto de emergencia sanitaria que cambió la modalidad en la aplicación de algunas técnicas y eliminó las posibilidades de introducir otras como los grupos de discusión consideradas en un principio. El segundo recorte responde a la edad de los estudiantes -Bachillerato: 2° y 3° en ambas etapas- y a la diversificación Arte y Expresión, eliminada como limitante en el 2024. La elección de Bachillerato se hizo pensando en mayores posibilidades en cuanto a la difusión de la producción audiovisual creada y en cuanto a la comunicación que se puede entablar en el contexto de la investigación con los adolescentes implicados. La elección del turno diurno se realizó especialmente para mantener cierta franja etaria y garantizar el acceso (el turno nocturno fue muy afectado en el contexto de pandemia y en general es más inestable la asistencia). El recorte en cuanto a Diversificación Arte y Expresión dentro del Bachillerato, se aplicó inicialmente por la cercanía con el tema de estudio, es la Orientación

que habilita en la actualidad, en Uruguay, el mayor vínculo con el lenguaje audiovisual, por su estructura curricular y programas. En el 2024 se aplicó la encuesta en esta Diversificación y en otra para ampliar el alcance del trabajo de campo manteniendo Liceo y Localidad.

En el trabajo de campo realizado en el 2021/2022 y en el 2024, se aprecian distintas fases:

- *Preliminar.* Aplicación de un *cuestionario on line* con preguntas de múltiple opción y abiertas. En el primer caso, algunas respuestas funcionan como excluyentes y sin la posibilidad de agregar otras respuestas; otras admiten múltiples respuestas y la posibilidad de agregar en “Otro” una respuesta diferente, además de existir ciertos espacios abiertos y la posibilidad de compartir una producción audiovisual propia.

El contenido del cuestionario se organiza en tres bloques:

*Datos generales.* Permite discriminar curso y localidad.

*Consumo.* Variables consideradas: frecuencia de la práctica, motivación, intereses, dispositivos y plataformas de uso.

*Producción y publicación.* Variables consideradas: frecuencia de la práctica, nivel y canal para compartir, dispositivos y plataformas usados, motivación, contenido, valor dado a la opinión de otros.

En la mitad de los liceos considerados en el trabajo de campo, se aplicó el cuestionario de forma mediada (docentes del área artística dieron el enlace del formulario on line a sus estudiantes) y en la otra mitad se aplicó presencialmente, en el aula de docentes del área antes mencionada (con los permisos correspondientes). Este formulario on line recogió datos que ayudaron a configurar las prácticas audiovisuales de 57 estudiantes de 2° y 3° de Bachillerato de 4 Liceos del Departamento de Colonia, en 2021 y 2024, habilitando el *análisis documental* de consumos audiovisuales (los nombrados en forma recurrente en el formulario on line) y producciones audiovisuales, en caso de haberlas integrado al formulario. El análisis de los datos empíricos orientó la fase siguiente del trabajo de campo -estudio de casos- retroalimentando la relación con el marco teórico para la construcción de categorías de análisis.

- *Selección de casos, aplicación de entrevistas semiestructuradas colectivas y de observación participante* durante las mismas. La aplicación del formulario on line mediante contacto directo con los adolescentes, se implementó en tres grupos de dos Liceos (2021 y 2024) y una vez realizada, se formuló una pregunta en oral que permitió

identificar a los adolescentes que crean producción audiovisual con frecuencia semanal o diaria, a los que se aplicó una entrevista semiestructurada colectiva en otro espacio de la institución. Además de los datos relevados mediante la entrevista y observación durante su aplicación, este contacto permitió acceder a producciones audiovisuales de los adolescentes entrevistados y a identificar quiénes/cómo lo comparten en redes sociales. De este modo los recortes identificados: frecuencia en la creación audiovisual y publicación de la misma en redes sociales, orientaron la selección de casos.

Las entrevistas semiestructuradas colectivas aplicadas fueron 3, incluyeron a 11 adolescentes que se distribuyeron en un grupo de 5 estudiantes (2021) y en dos grupos de 3 estudiantes (2024).

- *Selección y estudios de casos, entrevistas en profundidad, análisis documental.*

A partir del procesamiento de las entrevistas colectivas y el análisis documental derivado del mismo, se seleccionaron algunos adolescentes para realizar entrevistas en profundidad, aplicándose 3 (dos en el 2021-2022 y una en 2024). Tanto la interpretación directa de los ejemplos individuales como el conjunto de los mismos funcionaron como estrategias para identificar y dar significado a los casos, donde la interacción con los datos recabados en la etapa anterior y con el marco teórico fue permanente. La presencia del consumo audiovisual como contenido de la producción audiovisual realizada por los adolescentes fue uno de los aspectos que permitió poner en relación los dos casos seleccionados.

El visionado y análisis de producciones audiovisuales junto con las entrevistas semiestructuradas grupales e individuales en profundidad fueron técnicas integradas al estudio de casos. La entrevista en profundidad, según Vallés (2003) es “más capaz y eficaz en el acceso a la información difícil de obtener”, ofrece mayor intimidad y permite la oportunidad de clarificación y seguimiento de preguntas y respuestas en un marco más flexible y espontáneo. Dentro del análisis documental las producciones audiovisuales de los estudiantes constituyeron el eje donde se estructuró la investigación. La complementariedad de los instrumentos aplicados posibilitó abordar el estudio de casos, que repitiendo las palabras de Stake (1999): “Nos interesan tanto por lo que tienen de único como por lo que tienen en común. Pretendemos comprenderlos. Nos gustaría escuchar sus historias” (p.15).

## 4. ANÁLISIS

### 4.1 La práctica audiovisual de “A”. Sinergias entre consumo y producción audiovisual

*El video juego como narrativa, puentes con el cine,  
la creación audiovisual como modo lúdico de construir identidad en la alteridad  
el streaming como forma de establecer comunidad,  
Mi primer contacto con “A”. Observación participante.*

Conocí a “A” en una de las entrevistas colectivas realizadas en 2021, después de aplicar el cuestionario on line en el espacio cedido por la profesora de Comunicación Visual, levantó la mano, junto con otros estudiantes, cuando pregunté quiénes producían audiovisuales con una frecuencia semanal o diaria. Nos retiramos a un salón más pequeño donde nos pudimos sentar y dialogar cómodamente sin interferencias, sólo se escuchaban algunas voces en momentos puntuales de quiénes pasaban por el pasillo visto a través de vidrios. La entrevista se desarrolló de forma informal y dinámica, con un buen clima donde toda/os participaron demostrando buena disposición y calidez. “A” escuchó atentamente a sus compañera/os, respondió demostrando interés, claridad y seguridad, frente a algunas preguntas respondió ampliando la información de forma natural.

La totalidad de la/os entrevistada/os manifestaron consumir audiovisuales “todo el tiempo” pero a diferencia de sus compañera/os, “A” excluyó las series y video clips de sus prácticas, por considerarlos en general, muy estereotipados; en cuanto a la producción audiovisual compartida en redes sociales destacó la frecuencia de la práctica y la tenencia de un canal propio al igual que otra estudiante. Sus preferencias en cuanto a consumo audiovisual se centran en los video juegos, los you tubers /streamers y el animé. El cuestionario on line se aplicó previamente en forma anónima pero sus respuestas fueron individualizadas porque usó el espacio creado para integrar el enlace a una producción propia, luego la contacté para pedirle otros, recibí cuatro producciones por WathsApp y algunos comentarios sobre las plataformas que usaba actualmente y los streaming que realiza. Luego del visionado de las producciones y del interés de considerarlo como caso, se realizó un nuevo contacto para realizar una entrevista que se concretó mediante WathsApp; el guión de preguntas lo presenté en forma escrita dividido en tres bloques para facilitar el diálogo en caso de dudas, respondió cada pregunta en audios independientes, de forma clara y amena demostrando la pasión implicada en sus prácticas audiovisuales. Existieron otros contactos posteriores para corroborar aspectos técnicos o específicos sobre sus producciones y los videos juegos que aparecen en las mismas. Las técnicas manejadas para el análisis interpretativo fueron la observación participante, el visionado de las

producciones audiovisuales y los datos recogidos de la entrevista individual que se trianguló con los de la entrevista colectiva y los recogidos en el cuestionario.

#### **4.1.1 *Cry of fear*. El video juego como consumo y disparador de la creación audiovisual de “A”.**

*Corre, piensa, dispara, vive*

##### **4.1.1.1 Contextualización. Intenciones y acceso al análisis documental**

La selección de este video juego como caso dentro de otro (práctica audiovisual de “A”), se deriva del análisis interpretativo y la necesidad de discriminarlo como relato dentro de otro en el que adquiere una particular significación. Cobra valor no sólo por la relación con el caso “madre”, sino por las relaciones que presenta con el Cine, con el consumo audiovisual de otros encuestados, habilitando reflexiones en cuanto a los modos de producción de sentido / afecto que tienen valor más allá del ámbito concreto.

El primer contacto con el video juego es dentro de la producción audiovisual de “A”, el mismo aparece en forma recurrente en los videos visionados y es nombrado como uno de los favoritos por ella en la entrevista. Esta información se trianguló con la que se presenta en el sitio oficial del video juego y en otras páginas destinadas a los fanáticos, con los comentarios y reseñas de usuarios y con producciones audiovisuales publicadas en you tube por otros streamers; el contacto es mediado por las producciones audiovisuales publicadas de los video jugadores y los tráilers del video juego.

##### *Características del video juego*

Cry of Fear es un video juego lanzado el 25 de abril de 2013 como producto independiente de Half Life (1998), para el que había sido originariamente desarrollado, funciona con motor GoldSrc para plataforma Microsoft Windows y está disponible en forma gratuita en Steam. Fue desarrollado y distribuido por Team Psykskallar, equipo fundado por Andreas Rönnberg (músico, diseñador) y James Marchant (programador, diseñador, músico). Pertenece al género de Terror, Acción y Aventura, dentro del mismo se clasifica como Terror psicológico de Supervivencia en Primera Persona. Este subgénero- terror psicológico- se aplica también a lo literario y cinematográfico, se centra en el miedo de los personajes involucrando emocionalmente al espectador/lector/jugador que en este video juego se acentúa por la vista empleada (primera persona) en la cual el mundo se ve desde la perspectiva del personaje protagonista, en este caso Simon, joven de 19 años. En este subgénero el personaje que encarna el jugador es vulnerable frente a la hostilidad del entorno, dando mayor énfasis a la evasión que



al combate y al desafío de resolver acertijos/rompecabezas que les permite desbloquear áreas y avanzar, como a recopilar y gestionar un cierto inventario de objetos que funcionan como herramientas para enfrentar las dificultades y enemigos que atacan de forma imprevista; predomina el aislamiento, los entornos oscuros y laberínticos, lo que genera suspenso.

El video juego seleccionado cuenta con un menú de inventario destinado al equipamiento de objetos que es necesario jerarquizar y combinar para sobrevivir y avanzar, porque el espacio es limitado, cuenta con 6 slots del almacenamiento y 3 controles de acceso rápido. Herramientas, armas blancas y de fuego, se van presentando mientras se avanza en el juego para enfrentar a las distintas entidades que aparecen. Hay dos barras correspondientes a la salud (representada con rojo indica que nuestro personaje puede recibir daños, pudiendo recuperarse con jeringas de morfina que puede recoger, sin excederse) y a la resistencia (representada por el color azul indica que pueden realizarse acciones como saltar, correr o esquivar enemigos, se recupera al ir más lento o detenerse). Ofrece dos modos -individual o multijugador (hasta cuatro jugadores)- múltiples finales, campañas personalizadas y desbloqueables para seguir jugando, conocer otros escenarios e historias. Demuestra inspiración en clásicos del género y logra un alto grado de valoración en las reseñas y comentarios de usuarios que destacan aspectos como la ambientación, música, historia e impacto, a pesar de que el motor gráfico utilizado ('98) puede limitar sus posibilidades en cuanto a jugabilidad y gráficos frente a otros posteriores, destacan el aprovechamiento de su potencial.

#### **4.1.1.2 Visionado y análisis de la Introducción de Cry of Fear (modo individual) como relato cinematográfico**

*El ambiente como preludeo del género y el protagonista desde la oscuridad*

El video juego cuenta con una introducción muy cinematográfica que se desarrolla en distintos lugares de un paisaje nocturno urbano, en la primera secuencia se presentan: el título, el protagonista mediante un texto/voz en primera persona y los créditos. Inicia con un plano general de la ciudad donde destaca la línea horizontal dada por la base de un puente por donde se desplaza un tren que ingresa y sale de cuadro, de derecha a izquierda y luego al revés; horizontalidad que se ve reforzada por el texto centrado superpuesto a la imagen, correspondiente al título y al menú; la tipografía del título tiene caja alta, color blanco y un efecto de corrimiento que genera sensación de movimiento, al igual que el desplazamiento del tren que destaca frente a la inmovilidad provocada por la cámara fija y la simetría de la imagen.

La oscuridad del paisaje contrasta con la claridad de las luces del tren al moverse, las que se ven en su interior y en los edificios a través de sus ventanas con sus reflejos en el agua, las de la nieve que cae y las de las letras blancas; el silencio contrasta con el sonido del tren que irrumpe y se mantiene, mientras permanece en escena un ambiente un tanto amenazador inducido por las nubes que se extienden y unas siluetas de aves que fugazmente ingresan y salen de cuadro. La línea blanca horizontal y discontinua producida por las luces en las ventanas del tren corta el cuadro por la mitad desplazándose en ambas direcciones por el espacio contenido entre la tipografía correspondiente al título (por arriba) y el menú (por debajo dispuesto en varios renglones), destaca una clara atención a la estructura compositiva.

En este momento el jugador debe accionar el menú para poder avanzar en la secuencia que será analizada. Al elegir la opción de dificultad, que aparece dentro un cuadro en el centro de la imagen antes descrita, se funde en blanco, luego se oscurece viéndose la imagen del paisaje nocturno en forma borrosa, va al negro, blanco y vuelve al negro pasando por gris. Al final de esas transiciones se aprecian datos del juego en la esquina izquierda y las barras correspondientes a los indicadores de salud y resistencia que habilitan la interacción de nuestro personaje con el entorno y enemigos. Sobre el fondo negro aparece con letras blancas pequeñas y centradas, el siguiente texto:

### INTRODUCCIÓN

Siempre me he sentido solo toda mi vida,  
desde que tengo memoria.

No sé si me gusta o si solo me he acostumbrado a ello,  
pero si se esto:

Estar en solitario te hace cosas,  
te sientes mierda, amargado y enfadado todo el tiempo  
te come por dentro.

Esas palabras además de estar escritas, se escuchan de una voz quebrada y perturbada que aparece sobre el silencio y sobre el fondo negro, desaparecen como aparecieron (luego de unos 40 segundos) con un fundido. El contenido del texto y la expresión de la voz connotan desolación y angustia, lo que se refuerza visualmente con la pequeñez del texto blanco en ese fondo negro que connota vacío; la soledad y el encierro instalados en el centro de la historia.

Permanece el fondo negro por unos segundos hasta que aparece con un fundido encadenado la imagen un tanto difusa de una calle con dos autos estacionados, construcciones

de fondo y las texturas de un árbol en primer plano, en una toma con el horizonte inclinado muy acusado que genera tensión y prepara un ambiente de ficción/acción, también sugerido por un sonido de viento que avanza en la secuencia. Cambia en unos pocos segundos a otra imagen oscura donde aparece un gato que se mueve hacia la izquierda detrás de unos barrotes verticales que cobran protagonismo en el primer plano, hay zonas más iluminadas que acercan la textura del piso y de elementos tirados, pero están alejadas del espectador. La luz que aparece en el escenario es blanca como las letras del nombre del desarrollador del video juego -Andreas Rönnberg- que aparecen en el centro de la imagen, la tipografía está acompañada por dos líneas horizontales ubicadas arriba y debajo del texto, recurso que se repite en toda la presentación. En el fondo una calle con construcciones y un auto rojo estacionado que reaparecen en la siguiente toma desde otro ángulo, en un nivel más alto que las vías del tren. Éste avanza en una línea diagonal descendente trayendo su sonido que aumenta a medida que se acerca al espectador. La luz blanca de sus ventanas destaca en la oscuridad de la imagen y acompaña el nombre del otro desarrollador del video juego -James Marchant- que se mantiene hasta la aparición del siguiente escenario. Éste representa un espacio parecido a los anteriores: una calle con autos estacionados de un lado, una bicicleta y un contenedor del otro, autos que se mueven alejándose del observador, mientras el tren aparece desde la izquierda del cuadro, se desplaza en forma horizontal y en un nivel más alto a la calle visualizada en perspectiva. Aparece sobre la misma el nombre de otro de los diseñadores del video juego: Jordy Boerema, cierra con un fundido en negro y un par de segundos de silencio. Los créditos se completan a continuación con el nombre de los actores -Stig Sydtangen, Lasse Holman, Aina Hatlevi- que prestaron la voz a los personajes de la historia (Simon, el Doctor Purnell y Sophie) sobre la imagen que presenta el último escenario de esta primera secuencia: las vías de tren y éste entrando a cuadro desde la derecha -zona superior- realizando una curva y acercándose al espectador con una marcha más lenta que en los escenarios anteriores, levantando algunos elementos del piso y con el sonido característico que aumenta en volumen. La luz del ambiente es amarilla a diferencia de la que aparece en el resto de los escenarios y está más próxima al espectador lo que permite visualizar más variedad de texturas -piso, vía, objetos- en una gama de colores tierra que genera más sensación de inmersión, reforzada por la ubicación envolvente de las construcciones y la perspectiva central acentuada por las vías del tren. Hay más vegetación en el piso, se aprecian torres de metal a los costados y una luminaria diferente; el espacio se siente más desolador, asfixiante y cercano al espectador que los anteriores. Cuando el tren está saliendo del cuadro, se ven relámpagos que devuelven el azul al cielo e iluminan las construcciones más lejanas, a continuación el sonido de los truenos y la aparición del título -Cry of fear- centrado y cercano

al punto de fuga de la perspectiva frontal, desaparece después de unos segundos y la cámara sube hasta que termina de completar el cuadro en negro.

La secuencia anterior presenta el ambiente del relato y a nuestro personaje desde el sonido sin imagen, ajeno al contexto, dando a conocer los “existentes” (Casetti, 1990: 173) de la narración. La oscuridad y el silencio son protagonistas de la misma junto con el movimiento del tren que se desplaza en distintas direcciones y sentidos. El plano holandés utilizado aporta tensión y dinamismo al tiempo que nos introduce en la ficción, los contrastes acusados de blanco sobre negro y de sonido ambiental alternado con silencios, construyen el clima de suspenso junto con elementos que funcionan como indicios de amenaza usados habitualmente en la literatura y el cine: oscuridad, silueta de aves, tormenta.

#### *Empieza el viaje... presentación del acontecimiento que dispara la narración*

La secuencia que sigue presenta al personaje de nuestra historia, lo conecta en el contexto antes visionado y con el evento que desencadena la trama de la historia. Lo vemos sentado en el interior del tren en movimiento, a través de la ventana; la cámara acompaña con un travelling lateral y un plano en picada. El protagonista -Simon- dirige su mirada hacia el exterior, su cabeza se mueve suavemente y su rostro se recorta por la capucha del buzo que usa, mantiene una mano dentro del bolsillo y la otra apoyada en la ventanilla, se escucha el sonido del tren. A continuación vemos el interior del tren vacío, Simon está sentado, la cámara adopta un movimiento de balanceo y un plano holandés que sigue connotando inestabilidad, el sonido del tren se ensordece en esta toma fundiéndose con el del viento. Simon desplaza su mirada desde la ventanilla al interior del vagón, posándose brevemente en el espectador para luego reclinarsse hacia adelante mientras lleva ambas manos a la cabeza por unos segundos para volver a recostarse al respaldo del asiento e introducir sus manos en los bolsillos. Del interior del tren pasamos al exterior, con un fundido en negro de unos 10 segundos que se disuelve en un plano detalle de los zapatos de Simon, caminando por la vereda, mientras se escucha sobre el sonido del viento el de los pasos con mayor volumen. Se abre el plano mostrándolo desde atrás acercándose a un cruce de calles de la ciudad visualizada en la secuencia anterior, mantiene puesta su capucha y el bolso cruzado; se observa en picada y el horizonte está inclinado hacia la izquierda, haciendo contrapunto con la toma siguiente donde el mismo está girado a la derecha acentuando la tensión que genera la aparición en la esquina de la cabeza y brazos de un hombre que se arrastra en el piso y dice “Ayuda! Alguien!” Un plano medio de Simon muestra su rostro asombrado mientras se escucha la expresión: “Oh, Mierda”. Avanza hacia al

espectador, en el fondo, del otro lado de la calle se aprecia estacionada una patrulla de policía, se cierra el plano para abrirlo nuevamente cuando está cerca del hombre tirado en el piso, se reclina sobre él, preguntándole “¿Qué ha pasado?” en un plano conjunto y en picado. La misma escena se aprecia a continuación desde lejos, calle mediante, en un plano general con cámara fija y luego con un travelling horizontal, a continuación la aparición en escena de la trompa de un auto y su patente. Mediante un travelling envolvente aparece el frente del auto, mientras se enciende el motor y luego sus luces. Se aprecia a Simon asistiendo al hombre caído, en un plano general, desde el lugar donde se encuentra el auto, seguido por otro desde arriba donde se aprecia cómo se acerca el auto a ellos, aumenta el sonido del motor, Simon mira las luces del mismo y a continuación un fuerte estallido de vidrios que ilustra el impacto. Cierre en negro.

### *Confusión, transformación e inicio de la interacción*

Tras 12 segundos se mantiene el cuadro en negro, sonido de viento lejano al inicio y silencio profundo al final. Aparece y desaparece una imagen confusa parecida a la textura de piel y a partir de ahí se alterna el cuadro negro con otras imágenes borrosas: un primer plano de un hombre que balancea la cabeza con algunas luces detrás, el fondo de una habitación /pared blanca con azulejos, la imagen del hombre visualizado antes, una calle con un auto que avanza, el fondo de la habitación nuevamente, algo que se mueve o golpea una superficie, el mismo fondo de la habitación con letras rotuladas rojas en mayúsculas con la palabra “Despierta” (escrita en Inglés), una silueta, la pared de la habitación antes mostrada con distintos tachones y una frase que se ve incompleta “Toma el (o la)...” (escrita en inglés). En la secuencia descrita anteriormente aparece una alternancia del cuadro negro con las imágenes borrosas y dentro de las mismas también se replica la alternancia. El cuadro en negro corresponde al silencio mientras el resto de las imágenes portan en general, un zumbido; esas interrupciones reforzadas por el contraste –silencio/zumbido-negro/imagen borrosa- se leen como interferencias, como un intento de encontrar la señal, de establecer contacto más allá de la continuidad y claridad perdida. En esta secuencia se presenta la perspectiva en primera persona, característica de este video juego, nos coloca en el lugar del personaje y hacemos propia la confusión. A continuación de la última imagen citada- pared con frase escrita- el jugador encarnando al personaje, porta una cámara fotográfica que destaca en un fondo claro y la acompaña el sonido de una puerta que se abre. Las imágenes siguen borrosas, desenfocadas, se ven objetos propios de un dormitorio: estantes, muebles, velador, cartel en pared, silla, cama, reloj, almohadón. También se ve una puerta blanca abierta que recorta un espacio de oscuridad con una cruz blanca. Este

es el primer espacio de interacción con el entorno, las cruces blancas se multiplican sobre el fondo negro, que hay que disparar con el flash de la cámara para avanzar o visualizar el entorno. En algunos de los casos se abren puertas, tapas o se rompen cristales, en otros se visualizan mensajes (“Te odio” “No puedo soporto esto más”), entidades (tirado boca abajo en el piso, ahorcado, reflejado en un espejo) y el propio protagonista -Simon- reflejado en un cristal o espejo, dirigiendo su puño hacia el jugador y rompiendo el cristal. Los sonidos acompañan lo visualizado en escena: rechinar de puertas, flash de la cámara, pasos al avanzar, cristales que se rompen, gritos; en el final de esta escena aparecen aullidos para anticipar la última aparición de entidad, la única que aparece en movimiento y desde cerca- primer plano- con un estridente grito que precede el cierre en negro. Además de presentar la modalidad en primera persona, se muestra la mecánica y elementos propios del video juego, como los disparos -la cámara sustituye al arma en este caso- la presencia de puertas, de mensajes y de entidades con los que se deberá interactuar más adelante.

Luego del grito del último personaje y del cierre en negro que permanece durante diez segundos, aparece Simon en un callejón. Se suceden distintos planos: travelling horizontal con un punto de vista al ras del piso que permite descubrir al protagonista tirado en el mismo, boca abajo y apareciendo lentamente en cuadro; vista aérea del personaje que muestra en mayor medida el entorno y cómo el protagonista se empieza a mover, diciendo: “Dónde estoy”; vista de frente, Simon se reincorpora y mira a ambos lados; luego se alternan planos enteros desde atrás y de frente mientras dice: ¿Cómo llegué hasta aquí? Suena el celular, lo mira y señala: “Mmm...No tengo saldo en el móvil como siempre. Será mejor que me ponga en marcha, está oscureciendo”. Luego de unos cambios de plano que lo muestran de frente y de atrás, un nuevo fundido en negro que es la antesala del primer capítulo: “Perdidos en la ciudad” donde empieza propiamente el video juego una vez instalada la historia y la dinámica del juego.

La narración a partir de este momento se desarrolla con la interacción del jugador. El visionado de los escenarios y el enfrentamiento a los enemigos, se adapta a las decisiones que el video jugador toma, afectando los acontecimientos que involucran a los distintos personajes de la historia (Simon, Dr. Purnell, Sophie) y el desenlace de la misma, existiendo múltiples finales. La trama de la historia no se desarrolla en forma lineal, se devela explorando el juego varias veces, incluso una vez terminado, para poder desbloquear algunas áreas y llegar a ciertos objetos que aportan a la trama y/o conducen a un mayor nivel de dificultad o al “quinto final” que elude el acontecimiento que desencadena la historia; también aparecen durante el juego

algunos mensajes/ textos o registros de audio que aportan información de la historia al igual que algunas escenas – flashbacks- entre los personajes que aparecen entre niveles.

El ambiente representado en la narración es “rico” (Casetti, 1990, p.176) en cuanto a los elementos que constituyen el entorno, se presentan con alto grado de detalle y variedad, y “disarmónico” (Casetti, 199, p. 177) en cuanto al recurso del contraste que se aplica recurrentemente para generar la tensión propia del género. En cuanto a la situación espacio-temporal es “metahistórico” (Casetti, 1990, p. 177) dando referencias genéricas -más allá de algunas que lo sitúan en lo geográfico- lo que impide precisar un lugar/tiempo determinado y “caracterizado” (Casetti, 1990, p. 177) por las propiedades específicas que lo constituyen, especialmente los escenarios de pesadillas que aparecen en los distintos niveles del juego. Los escenarios que se suceden luego de la introducción analizada, son algunos exteriores y varios interiores, que se caracterizan por ser lugares cerrados y oscuros con criaturas que aparecen inesperadamente todo el tiempo, algunos más figurativos y otros más oníricos/abstractos que mantienen la sensación de agobio e inmersión del jugador.

El protagonista –Simon- es presentado desde la introducción. Al inicio, con un texto en primera persona, que muestra su estado emocional vulnerable, su angustia y enfado, luego aparece en escena en el tren con una actitud apesadumbrada y más tarde demuestra su solidaridad frente a un hombre que necesita ayuda en la calle, es ahí que se produce el acontecimiento que dispara la historia y su “transformación” (Casetti, 1990, p.198). Esa vulnerabilidad del personaje y la hostilidad del ambiente es lo que caracteriza el género de terror psicológico. El accidente que sufre el protagonista determina el giro en la historia, produciendo una variación estructural que se lee en ese momento como “sustitución” (Casetti, 1990, p. 205) donde las imágenes borrosas que se presentan después y se alternan con la oscuridad, no tienen continuidad aparente entre ellas ni con la situación anterior, así tampoco con la que continúa, donde el protagonista/jugador porta una cámara con la que interactúa con su entorno, en un ambiente de pesadilla. El avance en el video juego permite recuperar más información sobre la trama de la historia con algunos flashback, así aparece la parálisis de Simon que lo obliga a usar una silla de ruedas, como consecuencia del accidente que le ocurrió. El trastorno psicológico que le causó, sumada a la depresión que ya sufría, lo conecta al Dr. Purnell que está a cargo de su tratamiento y lo incita a escribir un libro para expresar lo que ha vivido como forma de superar su trauma. Se podría asociar el accidente -en tanto acción- con la función de la “privación” que señala Casetti (1990, p. 190) ya que el mismo le quita algo importante en su

vida y también con la de “viaje” que señala el mismo autor (1990, p. 191), que se conecta con un desplazamiento psicológico, con una búsqueda donde Simon deberá enfrentarse a sus miedos, pesadillas para avanzar, pruebas que atravesar.

Dentro de los enemigos que debe enfrentar el video jugador, hay algunos que ofrecen mayor dificultad en el combate: los jefes, característicos de este género. Algunos de ellos encierran en “Cry of Fear” un valor simbólico que los asocia con el protagonista o con la consecuencia del acontecimiento disparador de la historia, el combate dado con el jugador puede condicionar el desenlace final. Uno de ellos es Carcass, que aparece al final del tercer capítulo, es un cuerpo hinchado y amputado que se encuentra sujeto a una silla sostenida por varias cadenas, en el aire. Las cadenas y el modo en que aparecen connotan prisión, tensión y suspensión, la silla plantea una analogía con la situación de Simon y lo antes señalado podría asociarse con sus sentimientos. Simon también debe enfrentar en el transcurso del juego a proyecciones del mismo, uno de ellos aparece con la silla de ruedas. En tres de los cuatro finales posibles aparece el suicidio de Simon además de homicidios, sólo en uno de ellos él no muere.

#### **4.1.1.3 Multiplicidad de pantallas y de modos de producción de sentido. Hibridación de video juegos con cine**

En la actualidad nuestra vida está imbricada en una red de pantallas, que como señala Lipovetsky y Serroy (2009) han transformado nuestra forma de vivir: “(...) se ha convertido en un instrumento de comunicación y de información, en un intermediario casi inevitable en nuestras relaciones con el mundo y con los demás. Vivir es, de manera creciente, estar apegado a la pantalla y conectado a la red” (p. 271). Una de las categorías que Lipovetsky y Serroy introducen en esa variedad de pantallas es la *lúdica*, (p. 285) cuya finalidad es el entretenimiento/juego. Al preguntar para qué consumen audiovisuales casi la totalidad de los encuestados en ambas etapas respondió: “Pasar el rato” y “Divertirte”, seleccionadas en varios casos junto con otras opciones como “Informarte”, “Aprender” que aparecen en menor proporción. Los videos juegos estarían dentro de esta categoría, son abordados en el caso analizado y elegidos como práctica audiovisual (junto con otras) por un tercio de los jóvenes encuestados en la investigación.

La pantalla única del cine que muestra “la vida en movimiento” (Lipovetsky/ Serroy, 2009), se trasladó a múltiples pantallas que configuran nuestra existencia, “todo el tiempo”, como señalan los jóvenes entrevistados al referirse al consumo audiovisual. Múltiples y móviles pantallas que permiten otra relación con la pieza audiovisual, una interacción que en el caso de



los videos juegos es mucho mayor y se transforma indiscutiblemente en creación audiovisual. Haciendo referencia a los videos juegos y a su relación con el cine en cuanto a lo que proponen, los autores antes señalados afirman: “Aunque evidentemente hay diferencias entre las tres grandes categorías en que suelen agruparse los juegos- de reflexión, de acción y de simulación- todos comparten un mismo principio: proyectarse en un mundo virtual que se presenta como la forma high-tech de lo que las imágenes de cine, con los medios que le son propios, vienen proponiendo desde siempre, a saber: la inmersión en un mundo ficticio que cree ilusión de realidad” ( p. 286).

Las categorías planteadas hasta el momento en relación a los video juegos, guardan relación con algunos de los *modos de producción de sentido y de afectos* propuestos por Odin (2006) desde el enfoque de la Semiopragmática que pretende proporcionar un marco teórico que interpele la manera de construcción de textos tanto en el plano de la producción como en la lectura pero entendiendo ambos planos en un doble proceso de producción textual. Los *modos* serían construcciones teóricas, y la discriminación de los mismos en una producción textual, ayudaría a explicar mejor lo que ocurre a nivel comunicacional lo que tiene especial importancia en nuestra investigación: “Se parte de la hipótesis de que es posible describir todo trabajo de producción textual por la combinatoria de un número limitado de modos de producción de sentido y de afectos los cuales conducen cada uno a un tipo de experiencia específica (experiencias vividas por el lector, pretendidas por el destinador), y que el conjunto forma nuestra competencia comunicativa: modo ficcionalizante, espectacularizante, fabulizante, documentalizante, privado, etc.” (2006, p.131).

Haciendo referencia al cine Odin (2006, p. 135) plantea, entre otros, los modos citados hasta el momento: el *lúdico*, para divertirse, y el *ficcionalizante* para vibrar al ritmo de los acontecimientos relatados. Antes de ampliar la combinatoria de *modos* presentes en los videos juegos, nos interesa hacer realizar algunas consideraciones de “Cry of Fear” a partir de su modo de ficcionar.

A nivel general Odin (2019, p. 177) plantea el análisis de los modos en términos de *procesos y operaciones*. Define a la diegitización como el proceso que permite al lector o al espectador *entrar en un mundo*, las operaciones con las cuales se lograría ese ingreso, serían la figurativización, temporalización y relación de personajes en ese espacio/tiempo. Atendiendo al modo ficcionalizante podemos decir que está presente en “Cry of Fear”, pero no se da del mismo modo que en un film, porque la propia acción del video jugador tiene incidencia en los

acontecimientos que se suceden y también en la temporalización, modifica el relato a diferencia de lo que sucede en el cine. El espacio figurativo representado en la introducción contribuye al ingreso del mundo que propone, se reconocen los paisajes urbanos que aparecen, hay una atención minuciosa a los objetos que los componen y a sus texturas; en el anticipo de pesadilla que se presenta después del accidente es más difícil reconocer el escenario, los elementos que contiene, y los personajes que aparecen; avanzado el video juego, en los niveles de pesadilla, los escenarios se hacen más oníricos-surrealistas. El modo en que se presenta ese espacio, valiéndose de distorsiones en la imagen y en el sonido, angulaciones con inclinación oblicua, contrastes de color, de luces/sombres, de sonido/silencio genera una atmósfera de suspenso, tensión y agobio. La oscuridad como símbolo de miedo, la soledad y el encierro se instalan como temas desde el inicio.

La inmersión en el mundo representado se logra en la ambientación con distintos recursos. Los sonidos de la introducción son en general diegéticos, entre los visuales actúa la composición, incorporando el manejo del código espacial que atiende al encuadre, la angulación y movimiento en los planos, la perspectiva, la iluminación. Al inicio de la introducción, observamos el movimiento del tren desde un punto fijo, lo que genera un distanciamiento, una mirada más objetiva, en la última imagen de esa primera secuencia si bien el punto fijo se mantiene, la iluminación cercana al espectador y los colores cálidos logran una mayor inmersión que se acrecienta cuando acompañamos el movimiento del tren mirando al protagonista o seguimos con un travelling horizontal sus pasos, se hace más subjetiva, más cercana. Los travelling son recurrentes así como la angulación con inclinación oblicua que le aportan tensión y dinamismo a las escenas. Los diferentes puntos de vistas que se suceden para visualizar al protagonista, al tren o al encuentro entre el personaje y el hombre herido, hacen alusión a una *frecuencia repetitiva* (Casetti, 1990, p. 161), son recursos cinematográficos al igual que la ambientación poética y dan cuenta de la *cinevisión globalizada*, como señalan Lipovetsky y Serroy (2009, p. 25) “Infinitamente más poderosos y global que su universo nativo y específico, el cine parece hoy la matriz de lo que se expresa fuera de él.”

Además del préstamo de ciertos códigos específicos los videos juegos también abordan los temas, personajes, géneros del cine, así como se da la situación inversa: “A pesar de todo lo que separa estos dos mundos, los avances más recientes no dejan de favorecer la hibridación de videojuegos y cine”. (Lipovetsky y Serroy, 2009, p. 289). Por último, debemos señalar que la inmersión en el video juego se hace más efectiva al tomar la perspectiva en primera persona

y encarnar virtualmente al personaje en la interacción, posibilidad que marca la diferencia con el Cine.

El último *modo de producción de sentido y afecto* que identificamos en el video juego analizado y que Odin lo advierte en el cine actual, es el *energético* que implica vibrar con las imágenes y con los sonidos, importa menos el relato que el ritmo y los efectos corporales producidos. El autor señala: “Hoy vamos al cine no por la historia narrada (es decir, no para *ficcionalizar*), sino para ser sorprendidos, asustados, y para experimentar los efectos en el propio cuerpo (en particular los efectos de vértigo)” (2019, p. 162). El susto, la sorpresa, el estado de alerta, la velocidad son las sensaciones que caracterizan al video juego analizado, como señala el eslogan de Half- Life (del que formó parte en un inicio) *Corre, piensa, dispara, vive*.

Este modo caracteriza al género de acción, terror y de suspenso que es muy consumido en la actualidad, lo que pudo comprobarse en las series seleccionadas por los encuestados y en las entrevistas

yo también estoy viendo The Walking Dead, y me gustan ese tipo de series que sean como de aventuras, de intentar conseguir algo, cosas así, es lo que más...por ahora estoy viendo eso

...a mi por ejemplo me gustan las de suspenso, o sea, en general series y películas, porque siempre te atrapan, siempre está como por pasar algo.

(Fragmentos de entrevistas semiestructurales grupales aplicadas en la etapa 1-2021, fase preliminar)

...A mi porque hay drama. Por ejemplo, The Walking Dead trata de zombis. Es una persecución a cada rato. (Fragmento de entrevistas semiestructurales grupales aplicadas en la etapa 2-2024, fase preliminar).

Además del género, la propia dinámica del video juego lo acerca al modo energético, al respecto Lipovetsky y Serroy (2009), señalan:

(...) una adaptación del cine a un público educado por la rítmica mediática que pide sensaciones rápidas y fuertes, siempre nuevas, para transportarse a los universos extraordinarios de lo extracotidiano. El espectador de cine quería

soñar; el hiperconsumidor del nuevo mundo quiere sentir, ser sorprendido, “flipar”, experimentar sacudidas en cascadas. (p. 67)

Destinadas con frecuencia a un público más adolescente que adulto, las megaproducciones hollywoodenses se basan en las claves de los géneros clásicos (terror, guerra, catástrofes, ciencia ficción), que renuevan con estímulos sensoriales gracias a efectos especiales, un ritmo infernal, explosiones sonoras, un desencadenamiento violento en alta fidelidad. No estamos ya en la estética modernista de ruptura, sino en la estética hipermoderna de la saturación, cuyo fin es el vértigo, la estupefacción del espectador. Arrastrado por la escalada de imágenes, la velocidad de las secuencias, la exageración de los sonidos, el nuevo cine se presenta como un cine hipertélico. (p. 74).

#### **4.1.1.4 Cualidades del Hiper cine en Cry of Fear**

##### ***La imagen - exceso***

Este concepto expresado por Lipovetsky y Serroy (2009) fue abordado al final del apartado anterior se relaciona con la saturación, con el vértigo y la estupefacción del espectador que es propia de los films y de los video juegos de acción, suspenso, terror. En “Cry of Fear” se hace más evidente una vez iniciada la interacción con el entorno y con los enemigos; la aparición inesperada de éstos, la proliferación de los mismos y los combates sangrientos que se suceden, se relacionan con ese *exceso*, generando la sensación de agobio y vértigo que es disparada además por los sonidos, especialmente los aullidos y gritos. Se diferencia del ámbito de la Introducción donde el contraste entre imagen-negro / sonido- silencio va produciendo una atmósfera de suspenso con una carga dramática que se va acentuando pero desde otra velocidad/distancia.

La cantidad de escenarios, campañas (conjunto de partidas ligadas por un objetivo en común), suman muchas horas de historia/juego, (más de 8hs en el modo individual, se amplía en el modo multijugador); la variedad de armas y cantidad de rompecabezas se relacionan también con este exceso, que obliga a estar atentos.

Esta característica del Hiper cine que se filtra en distintas manifestaciones, como la que estamos analizando, hace que el espectador / jugador necesite más emoción y distintas sensaciones, que espere y ansíe lo nuevo, lo inesperado. Lipovetsky lo explica tanto desde el triunfo de la cultura hedonista como desde la necesidad de evadir lo cotidiano, que tiene un

correlato con lo que manifestaba “A” en la entrevista colectiva: “me quiero olvidar básicamente de la realidad”.

### *La imagen -multiplejidad*

Este concepto trabaja con la complejidad de los modelos usados, en este video juego se aprecia en distintos niveles.

En principio aparece la complejidad psicológica del personaje que se devela como en “capas” a lo largo del juego, su desdoblamiento en “otros yo” en una historia que no se presenta en forma lineal, con rupturas y saltos en el tiempo (flashback), con múltiples finales y partes del relato que se recuperan al concluir/repetir el juego (desbloqueables). El rol del resto de los personajes queda supeditado al accionar del videojugador. Hay múltiples posibilidades para explorar este paisaje complejo e invita a la rejugabilidad, como señala Spiro (1988)<sup>9</sup> al referirse a la flexibilidad cognitiva: “La comprensión profunda de un paisaje complejo no se obtendrá en una sola travesía. Lo mismo sucede con un paisaje conceptual. Más bien, el paisaje debe cruzarse en muchas direcciones para dominar su complejidad y evitar que se atenúe la totalidad del campo. Los mismos lugares de un paisaje (...) deberían ser revisitados desde direcciones diferentes, pensados desde perspectivas distintas, etc (...)”.

La complejidad también se manifiesta en la variedad y cantidad de rompecabezas que se presentan sea para avanzar, para obtener más información sobre la historia o más historia, armas para combatir o conocer el modo de enfrentar al oponente, desbloquear un final o elegir distintos modos que ofrecen alternativas al argumento de la trama. Existe una gran variedad de armas pero poca posibilidad de almacenarlas y usarlas juntas, lo que obliga a jerarquizar la herramienta en función de la dificultad y a decidir rápido sobre el mejor modo de combinarlas. Lo señalado se refiere a la jugabilidad, en torno a ésta la existencia de dos modos: individual y multijugador con los consecuentes cambios en la historia, también complejiza y diversifica la experiencia en el juego.

Como señala Lipovetsky y Serroy (2009, p.105) “Ya no es la linealidad del relato, sino una red compleja y multidireccional en la que nos perdemos en un tejido de deslumbres discontinuos e impresiones en cadena” que en este caso se logra con múltiples recursos y procesos.

---

<sup>9</sup> Citado por Efland (2004); *Arte y cognición. La integración de las artes visuales en el curriculum*. P. 129

## ***La imagen - distancia***

En esta categoría Lipovetsky y Serroy (2009) hace referencia a la distancia que el film instala consigo mismo a través de “Guiños, citas, alusiones, referencias” (p. 124) induciendo al espectador- video jugador en nuestro caso- a mantenerla.

El autor señala en primer lugar la existencia en el interior de la película de un fragmento de otra, atendiendo a esto podemos encontrar en “Cry of Fear” personajes, armas y escenarios de otros videos juegos en el desarrollo de algunas de las escenas y finales posibles. La relación se establece con *Afraid of Monsters*, un mod de Half- Life, lanzado en 2005, creado por el mismo desarrollador: Andreas Ronnberg. El protagonista es David Leatherhoff quien aparece en “Cry of Fear” en el Final Secreto luego del accidente, excusándose por el mismo y teniendo una cierta interacción con Simon, en otra escena podemos acceder a su hacha repitiendo el código usado en el otro video juego. Algunos de los oponentes/jefes tienen una apariencia o una mecánica parecida en el combate a los que aparecen en *Afraid of Monsters*, es el caso de Libro Simon y Carcass con los parecidos correspondientes a El Adicto (último jefe) y Espectro sangrante.

Con respecto a la ambientación presenta algunos guiños con el video juego de terror *Silent Hill*, lanzado por Team Silent en 1999, que es una referencia dentro del género, el manejo de la oscuridad y algunos de los escenarios de las pesadillas permiten la vinculación, a diferencia de “Cry of Fear” es un juego en tercera persona.

Más allá de las relaciones con otros videos juegos, la Introducción analizada mantiene relación con escenas cinematográficas o sea que la referencia al Cine también está presente, se filtra y expande alcanzando lo que Lipovetzky y Serroy (2009) definen como *cinevisión globalizada*.

Más allá de las diferencias en cuanto a soporte, técnica/tecnología hay un vínculo que establecemos con clásicos del cine de suspenso como los realizados por Alfred Hitchcock (1899-1980), en función de la composición visual, la movilidad de los planos, el uso de indicios para generar miedo aún antes de los acontecimientos o sucesos dramáticos, el uso de la música melódica y del sonido en general. Parecería existir algunos guiños y préstamos particulares con *Los pájaros* (1963), en la Introducción de “Cry of Fear”, durante la toma fija del paisaje nocturno aparecen muy fugazmente unas siluetas de pájaros en el cielo que generan una primera vinculación, otra escena que lo genera es el interior de la casa de la protagonista, cuando

escucha unos ruidos en la planta alta y se dispone a subir la escalera con una linterna que descubre distintos objetos. La oscuridad y el encierro, logran la atmósfera de suspenso y miedo, características del género, el uso de la linterna y la cámara en primera persona la inmersión necesaria. Otra escena característica del film es el encierro de la protagonista en una cabina telefónica mientras los pájaros empiezan su ataque en la ciudad, las múltiples tomas que incluyen distintos puntos de vista -algunas cenitales- y la repetición de algunas de ellas nos remonta no sólo a otras películas del mismo autor (Psicosis, 1961) sino a las escenas de “Cry of Fear”, una de ellas corresponde al momento previo del accidente. El cristal es un elemento que está presente tanto en esta escena como en el video juego analizado y connota vulnerabilidad. Los graznidos de los pájaros son parecidos a algunos ruidos que anticipan la aparición de las entidades o jefes en el video juego. El tráiler del film guarda muchas similitudes con la Introducción analizada: el contraste de sonido/silencio, imagen/negro marca la impronta del relato que resulta fragmentado, interferido y con un ritmo que se acelera progresivamente donde el sonido y la música comunica una gran carga emocional. Creemos que más allá de las distancias, Hitchcock recurre al modo enérgico, no sólo al ficcionalizante y apela a la imagen exceso y a la imagen distancia, eso facilita ciertos puntos en común con el video juego en cuestión.

#### **4.1.2 La producción audiovisual de “A”. *Hacerle el día a alguien***

##### **4.1.2.1 Descripción general de los videos analizados, identificación de los instrumentos y canales usados para producir y compartir el audiovisual**

El análisis documental de la producción audiovisual de “A” incluye cinco videos, que seleccionó frente al pedido realizado.

Todos ellos fueron publicados en la plataforma Tik Tok en 2021, duran menos de un minuto y medio -la mitad de ellos no llega a los 30 segundos-, son fragmentos de streaming realizados en directo por Twitch, a partir de la experiencia de juego con otros (modo multijugador) y editados con intervención de imagen, sonido, velocidad. Los videos juegos que aparecen son: *Cry of Fear*, *Phasmophobia*, *Minecraft*, *Stardewvalley*, *Among Us*, *Heroes of Might and Magic 3*, *Armello*. El énfasis en estas producciones compartidas está puesto en capturar lo que siente o lo que sucede alrededor -mientras juega - y en la interacción con el o los otro/s video jugador/es expresado con humor y complicidad, no en aportar información sobre el juego o mostrar la secuencia en cuanto al relato que propone, se crea otro relato a partir del aportado por el video juego variando o extendiendo el modo de producir sentido.

En cuanto a los instrumentos usados para crear y compartir el audiovisual, “A” menciona en la entrevista individual, la cámara de la Playstation 3 para grabar, OBS para transmitir, Fotoshop para las miniaturas, Camtasia Studio 8 para editar video y Audacity para edición del sonido. Además de las plataformas citadas en los videos visionados -Tik Tok, Twitch- usa Instangram, con respecto a You Tube manifiesta haber dejado de usarlo por algunas diferencias (sigue siendo de su preferencia en cuanto a consumo audiovisual).

#### **4.1.2.2 Análisis documental, producción audiovisual de “A”**

##### **Visionado de la producción audiovisual usado como presentación del canal propio.**

##### **Auto presentación**

Duración 01:17. Plataforma Tik Tok. Publicación: 2021

El audiovisual funciona como presentación del canal en la nueva plataforma incursionada- Tik Tok- y de su contenido. Inicia y termina con cuadros en fondo negro liso y tipografía de color blanca, centrada, con diseño palo seco, caja alta, eje inclinado, proporción normal y peso ultra bold que ocupa gran parte del espacio del cuadro. El texto presentado al inicio es:

*Hola. Soy “... “. Bienvenido a mi canal...*

Aparece también en pantalla, el texto correspondiente al logo de la plataforma y el usuario, primero en la esquina izquierda superior pasando luego al sector inferior derecho al final de esta introducción. La música clásica de videojuegos que acompaña dinamiza la presentación y unifica la variedad de imágenes que se presentan después. Las imágenes que abren la secuencia de videojuegos corresponden a *Minecraft*, videojuego de construcción lanzado en 2009, por Markus Persson y desarrollado luego por Mojang Studios. Dentro de este género es identificado como de mundo abierto –construido por bloques cúbicos- donde el video jugador modifica los elementos que lo constituyen.

En la producción aparecen distintos espacios fabricados con contrastes de color y textura vistos en primera persona, el combate con una criatura, distintos objetos, bloques en movimientos y la información propia de la interfaz del video juego; toda la secuencia visionada con una gran velocidad, con una selección de planos que resaltan la profundidad y el dinamismo y con la voz de “A” que se escucha encima de la banda sonora durante toda la producción, con expresiones que en algunos casos se enfatizan por su escritura a gran tamaño (No; Mis cosas; Sorry, La alarma) sobre la imagen del video juego.



El ritmo acelerado es una de las características de la producción que se logra no sólo por el aumento de la velocidad de la imagen y la música de fondo sino por las fragmentaciones realizadas en la secuencia del video juego y las repeticiones de algunas expresiones de la voz de “A” como por ejemplo el “no”, repetida más de 10 veces en tres segundos; se atiende a la interacción con el video juego y las emociones que genera donde la velocidad y sorpresa se resaltan. A los 20 segundos hay un corte en la narrativa, generado con la introducción de una imagen fija (rata) a modo de meme que es acompañada por una variación de la música de fondo y la risa de “A”, seguida por la palabra “Sorry” que es dicha y escrita en la pantalla mientras se reanuda el movimiento con el videojuego *Minecraft*, durante 5 segundos más.



Fig. 1-4 Minecraft. Frames de audiovisual de “A”.

Las risas de “A” se repiten alternadas con otras expresiones, mientras aparece parte de la introducción de *Cry of fear* (analizado como caso en la sección anterior) que muestra el accidente del protagonista y la criatura que espanta en primer plano con un fuerte grito de “A”. Luego se suceden otras escenas del mismo video juego donde ya existe la interacción; aparecen los característicos espacios cerrados con corredores, puertas, enemigos y la oscuridad que sólo se diluye con la luz dirigida del celular que porta el jugador (perspectiva en primera persona) junto con un revólver como arma. Las risas, que desdramatizan las escenas del juego, se alternan con la expresión “Ah” con distintas entonaciones y volumen, que permite múltiples lecturas de la misma interjección, donde se resalta la emoción y el reírse del miedo. En la secuencia antes descrita aparece la palabra “Random C” en la esquina superior izquierda y luego se agrega “Streamer” en la esquina inferior derecha que aparece menos tiempo en cuadro.

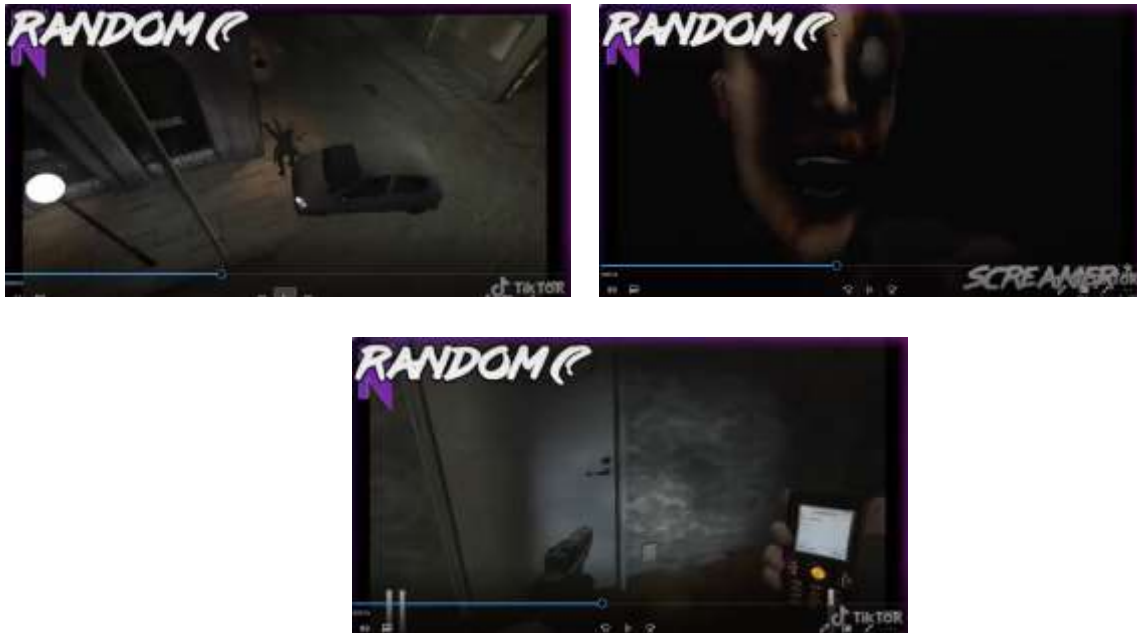


Fig. 5-7 *Cry of Fear*, Frames de video de “A”

Luego se integra el video juego *Among Us*, perteneciente al género party y multijugador en línea, desarrollado por InnerSloth y lanzado en 2018; se desarrolla en una nave espacial con varios tripulantes donde uno o dos de ellos (dependiendo de la cantidad de jugadores) tienen el rol de impostor y deben matar al resto de los tripulantes, éstos deben realizar las tareas que le son asignadas y descubrir al impostor, es similar a “El asesino” que se juega con naipes.

Los gráficos son 2D y más sencillos que los anteriores, además del personaje que corresponde a “A” -que se mueve por el escenario- aparece en pantalla otro personaje/jugador. Este videojuego es el que aparece menos en pantalla (5 segundos) y es seguido por *Heroes of Might and Magic 3*, videojuego de estrategia y rol táctico por turnos, desarrollado por Jon Van Caneghem mediante New World Computing y publicado en 1999 por Microsoft Windows. En este caso se muestran escenarios más abiertos, paisajes que parecen ambientados en la Edad Media y la información que presenta el juego para habilitar la interacción, la que adquiere más importancia que la propia acción en el escenario.

El videojuego consiste en la exploración estratégica del mapa, que cuenta con dos planos: uno terrestre y otro subterráneo, con variedad de construcciones, monstruos y tesoros. El jugador controla a algunos héroes que comandan tropas constituidas por distintas criaturas -alguno/as aparecen en escena- los que se fortalecen por la lucha con enemigos, al encontrar ciertos elementos y/o lugares del mapa. También se requieren recursos para crear estructuras en la ciudad, como la madera que es mencionada en el diálogo que se da con el otro jugador

alternando expresiones de sorpresa y risas. Durante la secuencia de este videojuego y la siguiente aparece el título “Estrategia” en la esquina izquierda superior.

Cierra la presentación el videojuego *Armello*, de estrategia y rol por turnos basado en un juego de mesa, desarrollado por League of Geeks y lanzado en 2014, modo multijugador. Se desarrolla en un reino fantástico y los personajes que lo habitan son animales antropomorfos que forman parte de cuatro clanes: oso, rata, conejo y lobo -cada uno con atributos diferentes- que reinan junto con el rey león, que a partir de un mal que padece pone en peligro al reino siendo los héroes antes nombrados los que combatirán para salvarlo.

El videojuego combina el movimiento en un tablero que corresponde al mapa/escenario con celdas hexagonales, los dados que determinan el poder del combate y las cartas que permiten acceder al poder por vías indirectas; mantiene una mecánica de noche y día que se alterna por turnos condicionando las posibilidades de la jugabilidad. En la producción se aprecia parte del mapa con sus celdas en la versión nocturna -predomina el color azul- algunos de los personajes en juego con sus atributos mediante los menú visualizados y las cartas a la izquierda que en algún caso puntual pasa a ocupar toda la pantalla y a interactuar con el tablero. Entre las distintas vías para derrotar a los demás jugadores se encuentra la posibilidad de ser líder de prestigio haciendo hazañas heroicas, el mismo aparece referenciado en la producción con una flecha que destaca parte de la información que ofrece el videojuego. Cierra con los cuadros en negro y diferentes frases.



Fig. 8. *Among Us*. Frame de audiovisual de “A”



Fig. 9 *Heroes of Might and Magic 3*  
Frame de audiovisual de “A”



Fig. 10 *Heroes of Might and Magic 3*  
Frame de audiovisual de “A”



Fig. 11. Armello.  
Frame de audiovisual de “A”



Fig. 12. Armello  
Frame de audiovisual de “A”

En esta producción se aprecian algunos de los videojuegos que “A” presenta en los directos, son de construcción, acción, terror, party y estrategia. Se escucha su voz, risas, gritos y algunas expresiones puntuales que grafican la interacción con el videojuego; algunos de los escenarios, personajes y un acercamiento a la jugabilidad del mismo; no aparece su imagen en este caso. Al funcionar como presentación de su canal, incorpora fragmentos de diferentes videojuegos y un texto informativo breve que funciona como apertura y cierre donde éstos no aparecen. Crea un nuevo relato a partir de la edición de los directos, con algunas características que se mantiene en otras producciones e identifica en la entrevista como las risas, los memes, la música original de otros juegos. La aceleración de la producción audiovisual y la repetición de algunas palabras o exclamaciones realizadas por “A”, sumados a la brevedad de los planos y la composición visual -especialmente del inicio- le imprimen dinamismo a la producción, están presentes las características La brevedad, la fragmentación y el ritmo acelerado son algunas de las características que se mantienen en las producciones.

Haciendo un paralelismo con el tiempo cinematográfico, podemos decir que en la producción audiovisual de “A” hay una contracción (Casetti, 1991, p.158), la amplitud temporal de la representación del acontecimiento es menor que el mismo. “A” presenta parte de los directos fragmentados y combina varios de ellos, por lo que no se percibe una continuidad en el orden de los acontecimientos sino fracturas en el mismo, lo que podría acercarse al tiempo *no vectorial* definido por Casetti (1991, p.153). Este autor también se refiere a la duración como la extensión sensible del tiempo representado (1991, p.155), y plantea cómo el encuadre y los elementos que están en escena influyen en la percepción de la misma; en este sentido la mayoría de los planos presentados son amplios, con escenarios/personajes muy variados y una acción agitada donde la percepción de la duración disminuye, parece más breve, porque cuesta recorrer el escenario y explorarlo por completo.

Otro aspecto del tiempo cinematográfico señalado por Casetti (1991), es la frecuencia que se refiere a la relación entre un acontecimiento y la cantidad de veces que es representado. En esta producción se aprecia una *frecuencia repetitiva* (Casetti, 1991, p.161) con algunas palabras y expresiones como el “No” y el “Ah”, este último es repetido con diferentes entonaciones, lo que genera una dilatación que coloca el énfasis en la emoción. La sensación de tiempo dilatado también se percibe cuando irrumpe la imagen fija de la rata, a modo de meme, acompañada de la risa cómplice de “A” y reforzada por cierta variación sutil en la música, funciona como pausa frente al vértigo generado por la secuencia anterior, se detiene para reírse de ella misma.

*Visionado de producción audiovisual de “A”. Reírse de miedo.*

Duración 01:16. Plataforma Tik Tok. Publicación: 2021

El audiovisual corresponde a segmentos editados del streaming realizado el día anterior en Twitch jugando a Phasmophobia, video juego de terror cooperativo -hasta 4 jugadores-desarrollado y publicado por Kinetic Games, estrenado en 2020. Los jugadores actúan como cazadores de fantasmas que tienen características diferentes, conocerlas a través de ciertos instrumentos y las pistas que dejan como evidencia, permite al jugador defenderse, moverse con mayor facilidad en los escenarios (entornos urbanos), recabar información y dinero, algunos de ellos son: termómetro, linternas, sensores, medidores, libro, cámaras, inciensos, crucifijos, etc.

El inicio de la secuencia se da en un interior oscuro- Brownstone High School- el jugador con una perspectiva en primera persona, porta un termómetro -instrumento que permite detectar a los fantasmas por las bajas temperaturas- y linterna que ilumina una porción de la habitación mientras que el resto aparece a oscuras; se ve piso, paredes, puertas, escalera y se escucha las palabras de “A”: “Yo soy del lado izquierdo” con un volumen bajo y una voz tranquila. La imagen de “A” aparece en un primer plano, en un rectángulo pequeño en la esquina superior izquierda, a su lado se observa la frase: “Baja el volumen” con tipografía de caja alta, eje inclinado, color blanco; lo que parece ser una advertencia que se dirige al espectador, existe también una figura tipo animé en la esquina inferior derecha -chica corriendo- que desaparece y aparece varias veces a lo largo de la producción. El tamaño del cuadro donde aparece el rostro de “A” aumenta progresivamente hasta los 4 segundos, cuando ocupa casi toda la pantalla y se escucha un grito saturado proveniente del video juego, que dura unos 3 segundos más, luego vuelve a su tamaño original mientras que “A” gira la cabeza hacia la izquierda y se lleva la

mano a la frente, riéndose, este efecto usado para anticipar y reforzar un momento/emoción particular se repite más de una vez.

Luego aparece una imagen borrosa y una flecha roja a la mitad del cuadro señalando misteriosamente un sector a la izquierda y por encima la palabra “Mista” (tipografía de caja alta, eje inclinado, peso ultra bold, color blanco), se escuchan voces en un volumen bajo sin que se logre discriminar lo dicho; luego el primer plano de “A” ocupando toda la pantalla lo que permite ver más su habitación (paredes con figuras geométricas pintadas de rosado/lila con filetes blancos entre ellas, una figura de cartón tipo animé, una almohada). Mira hacia adelante diciendo “Noooo” y a continuación gira la cabeza hacia la izquierda alejando la mirada de la pantalla por varios segundos mientras pregunta “¿no hay más linternas?” e interactúa con la gata que aparece en el límite del cuadro hasta que salta hacia “A”. Realiza una exclamación de susto: “Ahhh” causado por el movimiento de su gata, mientras mueve un brazo flexionado con la mano hacia arriba y le dice: “Hola”, “hermosa”. Se escucha el tipeo en el teclado de la computadora que seguramente se produce con la otra mano que parecería ser lo único conectado al video juego en este momento.

Luego de un corte aparece una nueva escena del video juego que muestra una puerta iluminada por linterna y el recuadro pequeño en la izquierda superior con la imagen de “A” con gesto concentrado. Se escucha la voz del compañero que le dice “espera, no...” cuando aparece en pantalla un fantasma que se acerca de espaldas a la puerta y se ve el rostro de “A” gritando en primer plano: “ahhh”, ocupando todo el cuadro, al que se suma la frase “Master papada” en el sector superior con tipografía decorativa, caja alta, en rojo que aparecen/desaparecen en forma intermitente. El cuadro que encierra el rostro de “A” vuelve a su tamaño y posición original, repite la expresión “Ahhh” y el “Noo” dos veces alternando con risas nerviosas mientras aparece delante de la puerta visionada unas manos grises con heridas que se mueven como queriendo atrapar al jugador. Cierre en negro, imagen borrosa del escenario del video juego con el personaje que apareció antes, “A” riéndose en un primer plano que ocupa una pequeña ventana en la esquina izquierda, alternancia de cuadro negro y escenario con el fantasma en distintas posiciones sin la imagen de “A”, cuadro negro con la imagen de “A” riéndose y una frase que nuevamente alerta al espectador: “Se da cuenta que está en una esquina” seguido por un sonido de estallido de vidrio, exclamación de “A” -“ahh”- con risas, balanceo de su cuerpo y movimiento nervioso de las manos que se dirigen al pecho, hacia arriba, a la boca con expresión de asombro, a la frente luego de golpearse entre ellas y mientras dice “estaba en una esquina”, siempre riendo.

Aparece un nuevo escenario oscuro del video juego con varios elementos en el piso: libro para que el fantasma escriba, linternas; en la esquina derecha inferior un sensor de sonido y en la esquina izquierda superior la ventana que contiene la imagen de “A” en primer plano, ella dice “Dame una señal”, a continuación los números de la pantalla del sensor desaparecen y aparece la palabra “Away”-lejos- mientras se escucha una voz que asusta a “A” que lleva las manos al rostro y abre la boca mientras los números reaparecen. Retoma la perspectiva en primera persona con el termómetro en la mano y la linterna que disipa parte de la oscuridad del ambiente, invaden el silencio sonidos y aullidos, nuevamente la expresión de susto de “A” y el aumento de tamaño de la ventana hasta coincidir con la pantalla total y regreso a la situación anterior. La luz ilumina diferentes objetos y elementos del espacio desolado mientras “A” dice: “Cada día con más ganas de mmm... llorar”. La producción termina con la visualización del menú y el diálogo con el otro video jugador que bromea e interactúa sobre su gato -Pirata- mientras éste maúlla, “A” se ríe y se repite el efecto de Zoom de la ventana que contiene su imagen (desde la esquina izquierda superior a toda la pantalla), esta vez para destacar la risa/alegría no el susto como en los casos anteriores. El diálogo es acompañado con algunas palabras escritas: “Su gato”; “Ayuda”, que aparecen sobre el menú y sobre la figura de cartón que ambienta la habitación de “A” que se visualiza borrosa, termina sin un desenlace en particular con la risa de “A” y las palabras del otro video jugador que quedan interrumpidas.

La edición tiene un papel protagónico en la creación del relato de “A” que se inscribe en otro relato -video juego de terror, muy parecido al analizado en el caso- modificando o extendiendo los modos de crear sentido. La emoción generada en la interacción con el video juego, se destaca en las intervenciones realizadas, así como la relación con el otro video jugador, con el entorno privado de “A” y con el espectador. Cobra vida el contexto específico y privado donde juegan, siendo tan o más importante el escenario donde “A” juega y los personajes que ahí habitan –animados o inanimados- que los propios del video juego; cobra visibilidad también el contexto de comunicación en que se inscribe la producción y la relación cómplice con el espectador al que se dirigen algunas palabras escritas que además de informar dan indicios de lo que va a suceder en el relato. Por último el énfasis en la relación y comunicación con los otros jugadores que se mantiene en todas las producciones de “A”, donde prevalece el modo multijugador. La imagen de “A”, sus expresiones y gestos son protagonistas del relato y están más presentes que en otras producciones visionadas: en la anteriormente analizada no aparece su imagen, en otras sólo la voz; una estrategia para acentuar la emoción es la incorporación del zoom haciendo más visible el primer plano. En cuanto al sonido, la música de fondo existe pero



con muy poco volumen, lo que actúa como figura indiscutida son los gritos/aullidos provenientes de las entidades del video juego, sumado a las exclamaciones y risas de “A”, en segundo término las voces de ambos videojugadores.

Al igual que en la producción audiovisual anteriormente analizada, aparece la *contracción* (Casetti, 1991, p. 158) del tiempo real del juego que es apreciado en los directos que transmite, en este caso los acontecimientos son fragmentados sin atender a un orden lineal de los mismos. Esta *contracción* contrasta con cierta *dilatación* (Casetti, 1991, p. 160) que se genera al atender a un elemento particular de la acción, en este caso al primer plano de “A” en una esquina del cuadro y su aumento progresivo de tamaño hasta llegar a ocupar casi toda la pantalla, recurso incluido con una *frecuencia repetitiva* (Casetti, 1991, p. 161) a lo largo de la producción, se realiza tres veces. El efecto del Zoom es un recurso que “A” señala en la entrevista individual, como característico de sus producciones.

La desdramatización, el reírse de uno mismo y con el otro, el valor a lo cotidiano, lo inesperado y la reacción positiva frente a esto se hacen más presentes; compartir el miedo y la risa, lo cotidiano y lo privado.

#### **4.1.2.3 Análisis interpretativo**

##### ***Pantalla lúdica, modo energético e imagen exceso***

Lo que más me motiva a hacer ese tipo de contenido en directo, contenido digital, es entretener y hacerle el día a alguien. (Entrevista individual, “A”, 2021).

La pantalla lúdica definida por Lipovetzy y Serroy (2009) como “una categoría de pantallas cuya finalidad declarada es el entretenimiento, el juego, el espectáculo, y cuya relación con el cine es en consecuencia mucho más emocional” (p. 285) incluye los videojuegos y también las producciones realizadas por “A” de acuerdo a lo que ella misma señala en la entrevista individual: *entretener, hacerle el día a alguien*.

Esta categoría es contemplada por Odin (2016) en el modo *lúdico de producir sentido y afecto: para divertirse*. “A” rescata el humor como algo distintivo de su producción audiovisual y también el valor de entretener a otros: *hacerle el día a alguien*, esa es la experiencia que pretende del espectador y manifiesta de forma explícita tanto en el cuestionario como en las entrevistas.

Este modo mantiene una relación más emocional con el cine y nos acerca a otro modo muy presente en la producción de “A” que es el modo *enérgico*, que implica para Odin (2016)



vibrar con las imágenes y los sonidos, con el ritmo presente en el relato que nos mantiene alerta, nos asusta, nos hace reír y sentir. Los recursos usados en las producciones analizadas para lograr en el espectador esa experiencia de vértigo, se podrían asociar con la *temporalización* -uno de los procedimientos citados por Odin (2006) para analizar los modos- y con una de las características que Lipovetzy y Serroy (2009) identifica dentro de las cualidades del Hiper cine: la *imagen exceso*.

La imagen exceso se aprecia en ambas producciones analizadas, en principio por la cantidad/variedad de fragmentos de los directos que son incorporados y la discontinuidad que genera. También por la saturación y reiteración de algunos sonidos que irrumpen en escena logrando el impacto y la sorpresa; esa sensación de irrupción también es generada por palabras escritas que aparecen en pantalla o personajes/memes que ajenos al video juego lo invaden introduciendo una nueva capa de interacción con la representación de la emoción que el video juego produce. El uso del Zoom también contribuye en este sentido, resalta la emoción y refuerza el impacto que crea el sonido. Varias de las características señaladas son identificadas por “A” como distintivas de su producción:

Creo que lo que más caracteriza sin dudas mis directos, son: la música de fondo que en general uso música original de otros juegos, también (risas) memes, audios muy saturados y Zoom. Es muy gracioso para la gente, así de hoy en día. (Entrevista individual de “A”. 2021).

La representación del tiempo es un aspecto usado para el análisis cinematográfico que aporta a la caracterización del modo de producción de sentido y afecto. Entendemos que la temporalización en estas producciones audiovisuales contribuye a identificar el modo energético. En la primera producción analizada apreciamos una aceleración en la imagen/sonido así como la reiteración de espacios abiertos y complejos con gran cantidad de información visual que resultan muy difíciles de explorar en el tiempo breve en que se exponen esos planos, lo que influye en la percepción sensible de la duración de los acontecimientos. En la segunda hay un contraste más pronunciado entre la contracción de la representación del acontecimiento -dado por las fragmentaciones que sufre- con la dilatación de algunos momentos que son destacadas. El aumento progresivo de tamaño de la ventana que contiene la imagen de “A” es un recurso recurrente que alarga esos momentos de mayor impacto, las frases

dirigidas al espectador anticipando algo de lo que ocurrirá es otra manera de que ese momento se perciba dilatado. Esos contrastes y ese detenimiento en la representación de la emoción de “A” aportan al ritmo del relato y predispone a vibrar con él, al igual que la frecuencia reiterativa de algunas palabras/exclamaciones y ciertos recursos que ya han sido nombrados.

Los aspectos señalados contribuyen a la sorpresa, que como señala Lipovetzy (2009) fulmina y se repite como un fin en sí mismo (p. 103) y forma parte del modo privilegiado en la producción de “A”.

### ***La producción de “A” ¿Modo de lectura documentalizante o privado?***

#### ***Lo doméstico y lo público, de lo privado a lo comunitario.***

La producción audiovisual de “A” constituye una de las tantas producciones realizadas en la actualidad por aficionados donde se conjuga lo íntimo y su proyección pública, en este caso en las redes sociales y dentro de una comunidad o multiplicidad de comunidades, *tribus* que nos recuerdan “la importancia del sentimiento de pertenencia, a un lugar, a un grupo, como fundamento esencial de toda vida social” (Maffesoli, 2004, p. 20). En el caso analizado la pasión por el videojuego, el interés de compartir las emociones que se producen en la interacción con el mismo y con otros que comparten la misma pasión, conforma al grupo, donde se destaca esa dimensión comunitaria de la socialidad señalada por Maffesoli.

Los miembros de estas comunidades no son familia pero existe entre ellos una fuerte relación afectiva, un sentimiento de pertenencia que los une. La conformación del grupo, en este caso, se da en torno a un consumo / práctica audiovisual y la interacción generada por las redes sociales. Con referencia a la posmodernidad, Maffesoli (2017) habla del reencantamiento del mundo, de la tecnología como aspecto favorecedor y de la imagen como mediador en los lazos sociales:

Si queremos subrayar correctamente un fenómeno de este tipo, podemos hablar del (re)nacimiento de un “mundo imaginal”. Es decir, de una manera de ser y de pensar atravesada, completamente, por la imagen, lo imaginario, el símbolo, lo inmaterial. La imagen como “mesocosmos”, es decir, como medio, como vector, como elemento primordial del vínculo social. Independientemente de la manera en que se exprese lo “imaginal”: virtual, lúdico, onírico, va a estar ahí, presente e impregnante, ya no se limitará a la vida privada e individual, sino que será un elemento constitutivo de un estar-juntos fundamental. (Maffesoli, 2017, p. 257).

En el caso de “A”, la práctica audiovisual implica la interacción con el videojuego y con otro/s jugador/es, su transmisión en directo desde su canal y las producciones audiovisuales que crea a partir de estos directos y difunde por distintas redes sociales que son las analizadas.

Interesa reflexionar sobre qué aspectos del film familiar y amateur en tanto documento están presentes en estas producciones, más allá de las diferencias que impedirían en sentido estricto considerarlas como tal. Roger Odin (2008) aborda la relación entre film familiar y documental, haciendo una distinción entre el film familiar propiamente dicho y el amateur; en relación al primero señala:

(...) por film familiar entiendo cualquier film (o vídeo) realizado por un miembro de la familia sobre personajes, acontecimientos u objetos vinculados de algún modo a la historia de la familia y de uso prioritario para sus miembros. (...) La primer particularidad del film familiar es que realizar un film no constituye su primer objetivo. El cineasta filma, en principio, por el placer de jugar con su cámara y con los múltiples aparatos que los fabricantes han dispuesto para él. Después filma por el placer de reunir a su alrededor a los miembros de su familia. En manos del cineasta familiar, antes que un instrumento de grabación, la cámara es un catalizador, un *mensajero* o intermediario. (Odin, 2008, p. 199).

Trasladando el concepto de familia al de comunidad y considerando la interacción con los videojuegos como experiencias compartidas, podríamos decir que la producción audiovisual de “A” al igual que el film familiar, prioriza el placer de reunir a los integrantes de dicha comunidad durante la filmación. Como expresa “A” en los espacios de entrevistas -colectiva e individual- las grabaciones de los directos no siempre derivan en una producción audiovisual con su publicación posterior, la propia transmisión del juego en el canal y la interacción por chat con los espectadores, es suficiente como finalidad.

Odin (2008) relaciona la acción de filmar en el entorno familiar con el juego colectivo, donde la propia toma de las imágenes y las interacciones -en nuestro caso la grabación de los directos, la interacción entre jugadores y con espectadores- desempeña un papel importante incluso mayor que el visionado que se inscribe en un proceso de rememoración individual y colectiva: recordar lo vivido, que está presente en las producciones audiovisuales de “A” publicadas en redes sociales. El contexto de referencia es la propia vivencia de los videojugadores que participan de la grabación y del resto de los integrantes de la comunidad

con el videojuego, los que seguramente logran una lectura más amplia y activa de las producciones de “A” que alguien ajeno a la misma. Más allá de los aspectos que distancian el film familiar del documento, Odin (2008) señala una dificultad que al mismo tiempo es una oportunidad en esta relación: el carácter estereotipado del mismo y su representatividad:

Una imagen de un film familiar, en la medida que es una manifestación de todo un conjunto de imágenes análogas, posee una extraordinaria fuerza *ejemplificadora*. Cada imagen es una condensación, una *cristalización* de cientos, de miles de imágenes análogas. Basta con que el espectador sepa que tiene delante una imagen de film familiar para que se imponga esta evidencia. (Odin, 2008, p. 204).

Estableciendo un paralelo con el caso analizado, “A” manifiesta en la entrevista individual, el parecido de sus producciones audiovisuales con otras que consume:

(...) yo sigo a muchas personas que hacen algo parecido al mío, porque en el tipo de contenido que transmito no hay casi variedad digamos, básicamente no sé, de fondo el juego que está jugando, la cámara y vos hablando del juego o contando alguna cosa (...) (Entrevista individual de “A”, 2021).

La posibilidad de comprenderlo como cristalización de muchas producciones audiovisuales permite valorar el caso más allá del mismo.

La producción audiovisual compartida en directo con los espectadores del canal presenta algunas diferencias con las producciones publicadas y entre las mismas también existe variantes. En las producciones seleccionadas aparecen ciertas características próximas al cine amateur que es definido por Cuevas (2010):

Si entendemos como cine amateur todo aquel que es realizado sin afán de lucro y fuera de los circuitos industriales de producción y exhibición, no hay duda de que una de sus manifestaciones más prolíficas es el cine doméstico, aquel realizado por miembros de una familia, sobre ellos mismos y para ser visto por

ellos mismos. Dicho esto, es cierto que en el uso más común se suele distinguir entre cine doméstico y amateur, pues este último se suele vincular al realizado por aficionados con cierta pretensión de emular el cine profesional, con historias elaboradas, con cierto proceso de producción y montaje, y con su pequeño circuito de exhibición, ligado en su época de esplendor a los cine-clubs creados por los cineastas amateurs. (p. 24).

En el caso de “A”, la exhibición de la producción audiovisual se da por redes sociales y no hay un fin comercial, aunque el mismo existe para muchos gamers y streamer. El proceso de montaje tiene importancia en las producciones analizadas así como la sonorización y la introducción de textos escritos que funcionan como comentarios que dan muestras de la intención de comunicar e interactuar con el espectador, características que acercan el caso a la producción amateur. Dentro de la misma Odin (2008: 209) señala cuatro categorías, dos de ellas parecen más próximas a la producción de “A”: el *testimonio* y los documentos *egocentrados*. El primero se basa en la vivencia del sujeto que filma y en el reconocimiento del acontecimiento en el espacio público, el segundo corresponde a documentos centrados en la vida de quien filma. La vivencia de “A” se relaciona con la interacción con el videojuego y con otros jugadores/espectadores correspondiendo el espacio público a las redes sociales, lo que se mantiene en las seis producciones visionadas. En algunas de éstas, el entorno de “A”, su vida, aparece con más presencia, es el caso de la segunda producción analizada donde aparece su imagen con gran protagonismo, su habitación, objetos y afectos.

Un aspecto en común que Odin identifica tanto en el film familiar como en las producciones documentales amateurs es la relación afectiva que establece con el espectador: “(...) el que las ha filmado es alguien como yo; así que estas imágenes son también un poco más: yo podría haberlas filmado también; me hablan de gente como yo (...). (Odin, 2008, 210)

Esta relación de empatía con el espectador es uno de los aspectos señalados por “A” cuando debió seleccionar y analizar una producción audiovisual de su autoría. En la misma muestra y cuenta el modo casero de sostener la cámara y lo manifiesta del siguiente modo en la entrevista individual:

Y me encantó porque ese video se hizo como más o menos conocido por el hecho de empatizar con las personas que me estaban viendo y vos veías los comentarios (...) casi

todos los comentarios diciendo cómo tenían la cámara. (Entrevista individual de “A”, 2021).

Esta relación de empatía, ese espacio compartido se asocia con lo señalado por Maffesoli (2017) como Patrimonio: “el lugar en donde lo primordial es la relación que me une al otro en una perspectiva de tierra común”. (p. 253).

### ***El paradigma estético de la postmodernidad, Estética de la vida cotidiana.***

#### ***La emoción vivida en conjunto***

En la actualidad la vida cotidiana exige que todos podamos pertenecer a una o más comunidades, Maffesoli (2017) habla de la vida cotidiana de la convivencia, la solidaridad de la proximidad. Según este autor las tribus urbanas destacan la urgencia de una “socialidad empática: compartir emociones, compartir afectos” (Maffesoli, 2004, p. 20), la multiplicidad de producciones audiovisuales vehiculiza esas emociones, establecen relaciones afectivas y son mediadoras en la construcción de los vínculos sociales.

Según Maffesoli (1989) lo que caracteriza a la postmodernidad es su paradigma estético, fundado sobre la pasión:

En realidad, “aisthesis” es experimentar algo juntos, una emoción vivida en conjunto frente a un objeto. No se trata en absoluto de una estética del buen gusto, puede ser la de la vida cotidiana. (p. 195).

El modo energético citado en secciones anteriores, que implica vibrar con las imágenes y sonidos, da paso al modo estético, “se construyen en mi encuentro con el objeto, en la manera en que lo he explorado, en relación con las emociones experimentadas y el trabajo cognitivo que estas suscitan (...)”. (Odin, 2016, p. 165).

La proximidad y lo emocional, el placer de estar juntos en comunidad. Territorios de tribus posmodernas demarcadas por multiplicidad de “puertas” como las existentes en el video juego analizado,

(...) lugares donde cada cual puede reconocerse a sí mismo al tiempo que se identifica con los demás y donde, sin preocuparse por el control del futuro, preparar el presente; lugares, en fin, donde se elabora un tipo de libertad intersticial en contacto directo con lo próximo y lo concreto. Todo lo cual

transforma el espacio vivido no ya en refugio de un individualismo timorato e inmóvil, sino en punto de partida desde el que se realizarán las excursiones, las «salidas» que, poco a poco, constituirán el orbe de una nueva socialidad (Maffesoli, 2000, p. 41).

Las redes que estableciendo puentes, construyen relaciones afectivas en un paradigma estético.

#### **4.2 La práctica audiovisual de “B”. Sinergias entre consumo y producción audiovisual**

*Mi primer contacto con “B”. Etapa 2024. Observación participante.*

Conocí a “B” en el trabajo de campo realizado en el 2024, lo individualicé cuando formuló una pregunta en relación a la aplicación del cuestionario on line que se aplicó en su grupo. Junto con otros dos estudiantes, levantó la mano cuando pregunté quiénes producían audiovisual con frecuencia semanal o diaria. Nos retiramos a un laboratorio en el que pudimos interactuar de forma fluida.

La entrevista colectiva se desarrolló de forma muy relajada, el número reducido favorecía el intercambio entre ellos y conmigo. En general “B” respondió las preguntas luego que el resto, esperaba que terminaran de hablar evitando la superposición, cuando lo hacía era de un modo concreto y claro. Con respecto al consumo audiovisual -manifestaron realizarlo “todo el tiempo”- aparece la primera diferencia en relación a la plataforma que suelen usar: el resto prefieren Tik-Tok y los videos cortos, mientras que “B” prefiere You Tube porque le gustan los videos más largos y producidos, más allá de que consume y publica también en Tik Tok. Dentro de sus consumos audiovisuales, nombró la serie *Élite* que fue la más citada en la primera etapa del trabajo de campo (2024, octava temporada) manteniendo vigencia en la segunda, los videoclips musicales y algunos youtubers argentinos: BoffeGP (streamer) y Franco Pisso -profesor/abogado- los que aparecían como nuevas referencias.

En la entrevista colectiva estableció conexiones de sus consumos audiovisuales con su producción, lo que profundizó en la entrevista individual: las reacciones de los videoclips, las de un programa de televisión (realty) consumido por streaming y el relato audiovisual de trabajos de diseño web realizados para un influencer. Al finalizar la entrevista colectiva, cuando les pregunté si tienen algún material audiovisual o referencia que puedan recomendarme sobre el tema, los compañeros a coro y entre risas dijeron: *“Te recomendamos a “B”*”. Por esta razón se realizó a continuación una entrevista individual con “B” para profundizar en su producción

audiovisual y asegurar el acceso al material para analizar. En la entrevista manifestó que el material compartido en el formulario online lo eligió porque era el más reciente y surgió a partir de un pedido de un influencer tiktokero conocido, en el mismo comparte cómo le diseña un banner para su página. Durante toda la entrevista mostró disponibilidad para contar de su práctica audiovisual y asertividad para comunicarlo.

Las técnicas manejadas para el análisis interpretativo fueron la observación participante, el visionado de las producciones audiovisuales y los datos recogidos de la entrevista individual que se trianguló con los de la entrevista colectiva y los recogidos en el cuestionario.

#### **4.2.1 Uno de los consumos audiovisuales que dispara la producción audiovisual de “B”.**

##### **Conversaciones entre el reality de TV y el streaming, “reaccionando”**

###### **4.2.1.1 Contextualización. Intenciones y acceso al análisis documental**

La selección de este consumo audiovisual de “B” y su definición como caso, dentro de otro (práctica audiovisual de “B”), responde a las posibilidades de analizar las relaciones de distintos medios y plataformas de consumo audiovisual en la actualidad, atendiendo particularmente al impacto en la población estudiada.

El formato del programa de televisión en cuestión: Gran Hermano Argentina, funciona como representación de varios temas que aparecen en la investigación y habilita tanto encuentros como desencuentros con la práctica audiovisual actual, específicamente la de los jóvenes. El análisis documental implicó el visionado del programa de TV y los videos publicados por Boffe GP (streamer) en You Tube que es lo consumido por “B”:

Y después está Boffe, que sube Gran hermano. Es como una serie.

O sea, es más entretenido verlo así. Esa reacción que ver el programa en vivo, digamos. (Entrevista grupal, intervención de “B”, 2024)

##### *Características del programa de televisión y del Streamer realizado por Boffe*

Gran Hermano es un reality show creado por John de Mol, emitido por primera vez en Países Bajos en 1999 y luego distribuido internacionalmente. Consiste en la convivencia por unos meses de un número de participantes aislados en una casa, con cámaras filmándolos todo el tiempo, los mismos realizan nominaciones a sus compañeros y por la votación del público



son eliminados de a uno semanalmente. En Argentina tuvo 10 ediciones hasta el momento, más una de famosos, se transmite por Telefe y es conducido por Santiago del Moro. La edición actual inició el 11 de diciembre de 2023.

Boffe –Agustín Boffelli- es un youtuber y streamer argentino, su canal tiene 1.7 millones de suscriptores, también publica en twitch, twitter, Instagram y Tik Tok. Los videos que fueron analizados son los publicados en You Tube de Gran Hermano, aparecen en capítulos.

#### **4.2.1.2 Visionado y análisis. La reacción como creación**

Los videos tienen una duración que oscila entre los 23 y 44 minutos, son grabados en el mismo escenario: una habitación que tiene muchos personajes, figuras, objetos, luces, colores. Boffe aparece sentado en un silla gamer detrás de un escritorio con auriculares y lentes. Inicia cada capítulo con una secuencia de chisquidos, aplausos y gesto con las manos, la bienvenida y una introducción donde cuenta algo personal que permite contextualizar dónde y cómo está, cómo viste mientras juega gestual y corporalmente antes de iniciar la reacción del programa del que aporta a veces alguna referencia. En varios capítulos en este segmento ya aparecen sonidos, cambios de tamaño del rostro o distorsiones de imagen y/o sonido. Empieza la reacción con la apertura del programa en pantalla compartida mientras Boffe baila/festeja o comenta la entrada del conductor del reality, los gestos, vestimenta, etc. Alterna la pantalla compartida con la imagen de él o del programa que a veces adquiere mayor protagonismo y en general es acompañada con algún sonido en particular e interactúa con algún primerísimo plano de su rostro haciendo algún gesto, que a veces se distorsiona o superpone con otra imagen. El visionado del programa es parcial, mantiene la secuencia temporal pero se eligen determinadas escenas y se integra el relato de Boffe que interactúa, imita, remeda al conductor de piso o de la casa, así como a los participantes, deteniendo la imagen, en algunos casos acelerando pero siempre con una dinámica de diálogo con lo que acontece. El influencer se muestra espontáneo, distendido, tomando mate o un refresco, usando mucho la voz y el gesto como recurso expresivo y apelando al humor en la construcción del relato.

El análisis de 6 videos publicados en su canal se trianguló con el visionado del programa de Televisión al que reacciona.

#### **4.2.1.3 Multiplicidad de pantallas. TV y streaming: Hibridación de medios.**

La convivencia de múltiples pantallas en la sociedad actual es un hecho incuestionable así como la presencia de las mismas “todo el tiempo” como señalan los jóvenes encuestados, lo que Lipovetzy y Serroy (2009), llaman *pantallaesfera*:

(...) estado-pantalla generalizado que se ha vuelto posible gracias a las nuevas tecnologías de la información y la comunicación. Son los tiempos del mundo pantalla, de la todopantalla, contemporánea de la red de redes, pero también de las pantallas de vigilancia, de las pantallas informativas, de las pantallas lúdicas, de las pantallas de ambientación. El arte (arte digital), la música (el videoclip), el juego (el videojuego), la publicidad, la conversación, la fotografía, el saber: nada escapa ya a las mallas digitalizadas de esa pantallocracia. La vida entera, todas nuestras relaciones con el mundo y con los demás pasan de manera creciente por multitud de interfaces por las que las pantallas convergen, se comunican y se conectan entre sí. (p. 23)

La televisión como pantalla de peso indiscutible en las últimas décadas, ha perdido protagonismo en los últimos años y se ha ido transformando, “contaminando”, “hibridando” de otros medios (Scolari, 2009). Si bien un tercio de los jóvenes encuestados de ambas etapas (2021-2024) nombran a los programas de TV dentro de sus múltiples consumos audiovisuales, es una de las opciones que ocupan menor proporción. “B” señala al respecto:

Televisión poco, por ejemplo, cuando hay eventos como los Óscar, cosas así se mira, pero muy poco, no es que me siento o tengo un horario. (Entrevista individual, “B”, 2024)

Y después está Bofe, que sube Gran hermano. Es como una serie.

No, es una reacción nomás. O sea, es más entretenido verlo así. Esa reacción que ver el programa en vivo, digamos. (Entrevista grupal, “B”, 2024).

El manejo de tiempo y espacio ha cambiado también, si bien es normal para los jóvenes estar consumiendo audiovisual todo el tiempo es menos cotidiano asignarlo a horarios fijados por una agenda televisiva. Este fenómeno no es exclusivo de esta franja etaria, los canales de streaming en YouTube atraen a mucho público, permite ver programas en vivo pero también los ya subidos, lo que amplía las posibilidades de consumo.

Por otra parte como señalamos al inicio, la propia televisión está adoptando estos nuevos medios para integrarlos a la propuesta. Telefe es la cadena de televisión abierta argentina que produce y transmite el reality show de Gran Hermano y también lo difunde como contenido desde canales oficiales de Twitch y YouTube, en vivo y en diferido, contando además con el sitio web Telefe.com y la app Mi Telefe donde se puede acceder a sus contenidos y podrá reconocer las preferencias de cada usuario. El público de Gran Hermano puede mirarlo en vivo e

interactuar simultáneamente con los conductores del streaming que se visualizan en pantalla compartida durante algunos segmentos de la transmisión por la cadena de televisiva, generando ciertos intercambios breves con el conductor del programa que mientras conduce participa activamente de sus redes sociales.

El programa de televisión “Gran Hermano” que surgió por un personaje -Big Brother- de la novela de George Orwell “1984” publicada en 1949 -un líder omnipresente que vigila a la población mediante telepantallas- es un icono de la “pantalla esfera” y logra actualmente en la edición Argentina 2023-24 récords de audiencia y de visualizaciones/suscripciones en los canales oficiales de Telefe, además de generar contenido que reaccionan otros streamers como Boffa y “B”.

La configuración como caso de este consumo de “B”, no sólo responde a la reacción que lo convierte en producción audiovisual sino el valor social en la actualidad como representación / fenómeno donde se cruzan y encuentran distintos medios, apreciándose el poder de las hipermediaciones, definidas por Scolari (2009), no sólo por la mayor cantidad de medios y sujetos sino por *“la trama de reenvíos, hibridaciones y contaminaciones que la tecnología digital, al reducir todas las textualidades a una masa de bits, permite articular dentro del ecosistema mediático. Las hipermediaciones, en otras palabras, nos llevan a indagar en la emergencia de nuevas configuraciones que van más allá –por encima-de los medios tradicionales.* (p. 114).

Haciendo énfasis en la permeabilidad de los medios, este autor señala:

Los procesos de hipermediaciones nacen en el espacio virtual pero sus afectos van mucho más allá. Su influencia se deja sentir en otros lugares, por ejemplo en los medios tradicionales impresos o electrónicos, los cuales apuestan-dentro de sus limitaciones tecnológicas- a simular las formas hipermediáticas. Si en las interfaces digitales e interactivas pasan muchas cosas al mismo tiempo, entonces la pantalla televisiva se fragmenta para generar un efecto de simultaneidad. En este sentido los hipermedios son como un big bang, dado que reenvían sus formas estéticas hacia todos los confines del ecosistema cultural, influyendo así en todo lo que está a su alcance. (Scolari, 2009, p. 278).

Algunas iniciativas actuales en las cadenas de televisión están superando las limitaciones tecnológicas del medio que señalaba Scolari, integrando las plataformas digitales

y generando un diálogo que no sólo permite ampliar audiencias sino “impregnarse” de un nuevo *sensorium* que implica “nuevos modos de percibir, de sentir y relacionarse con el tiempo y el espacio, nuevas formas de re-conocerse y de juntarse” así como una empatía tecnológica que muestra complicidad e identificación “con sus lenguajes, fragmentaciones y velocidades” (Martín- Barbero, 2017, p. 32). Esta resignificación de espacios tradicionales, permeabilizando medios para compartir formas de sentir y hacer posible el encuentro, permite transferir la inquietud a la Educación como medio tradicional que puede ampliar el acceso y el diálogo.

#### **4.2.1.4 Pantalla lúdica, integración de distintos modos de producir sentido y afecto**

La pantalla lúdica (Lipovetsky y Serroy, 2009) asociada con la finalidad del entretenimiento/juego/diversión se identificó en la práctica audiovisual de “A”, en la opción mayoritariamente elegida por los encuestados en ambas etapas y también en lo manifestado por “B” en relación al streamer Boffe GH como consumo audiovisual:

Y después está Bofe, que sube Gran hermano. Es como una serie.

(...) es una reacción nomás. O sea, es más entretenido verlo así. Esa reacción que ver el programa en vivo, digamos. (Entrevista grupal, “B”, 2024).

Al preguntar por la plataforma usada para consumir el contenido, “B” nombra otros canales de streaming (transmisiones on line) como Olga y Luzu TV que junto con la plataforma digital de Telefe (ya nombrada antes) son los preferidos del público joven según un reciente artículo de Diario Clarín que analiza el fenómeno. También hace explícito el uso de las dos alternativas: vivo y diferido.

En YouTube, más que nada. YouTube, un streamer, digamos, o si no también en vivo. Hay producciones como Luzu, Olga y demás que es completamente en vivo y es como que se siente diferente (Entrevista grupal, “B”, 2024).

El análisis documental se realizó a partir de las producciones audiovisuales del streamer argentino Agustin Boffelli, conocido como Boffe GP, publicadas en su canal de You Tube donde ordena en capítulos lo asociado con el reality. El youtuber de 28 años, creó su canal actual y principal (Boffe GP) en 2016, en este tiempo logró los 1.7 millones de suscriptores. Tiene otros canales secundarios: Boffe FX, Boffe GP3, Boffe Shorts y Boffe Streams, publicando además en Tik Tok, Twitch e Instagram. El contenido publicado incluye reacciones

a programas, videos clips, video juegos y entrevistas a músicos, actores, participantes de los reality.

El streamer presenta el capítulo y lo contextualiza con algo personal (dónde está, cómo está vestido, etc) luego relata el visionado de algunas escenas del programa fragmentado/editado, compartiendo pantalla. Su imagen, en plano medio, en un escenario colorido, con luces, repleto de objetos/figuras diferentes, aparece a veces en pantalla entera y se alterna con la pantalla compartida. Se usa también el cambio de plano para dar énfasis a algún segmento en particular -plano detalle o primer plano sea de su propia imagen/objeto del escenario o del conductor/participantes/estudio/casa del programa- así como la distorsión de imagen y/o sonido. La acción de detener el visionado, retrocederlo, repetirlo, comentarlo, intervenirlo genera un relato dinámico que hace sentir al espectador cómplice del visionado y del diálogo con el contenido del programa, reforzado por el lenguaje y las expresiones espontáneas del streamer que apela al humor usando no sólo los recursos de la edición sino los corporales, musicales y gestuales.

En relación a lo señalado encontramos relaciones con el modo de producción de sentido y afecto *energético* (Odin, 2006), que también habíamos identificado en las producciones analizadas en el caso “A”. Nos hace vibrar con las imágenes y con los sonidos, importando menos el relato, que deriva del programa de TV pero se fragmenta, condensa, amplifica en función del relato personal de Boffe, al ritmo que le imprime con sus gestos, posturas corporales y voz.

Las características antes señaladas guardan relación con las identificadas por Scolari (2009) en la *hipertelevisión*: fragmentación del relato y la pantalla, el ritmo acelerado y el desarrollo de estructuras narrativas complejas, siendo la convergencia de diferentes lenguajes y medios en un único entorno uno de los rasgos distintivos de las hipermediaciones que están presentes en todas los documentos analizados, apareciendo como constante que configura la forma de sentir, pensar, comunicar y compartir el contenido/espacio.

En el modo de producción de sentido y afecto de este documento no importa tanto lo que cuenta Boffe sino cómo lo cuenta, cómo se ríe, canta, baila, imita, se sorprende, se queja; lo hace desde una dimensión cotidiana, cercana – como lo hacía “A”- más desestructurada y desordenada que el conductor del programa, es como si nos reuniéramos con alguien a ver el programa y disfrutáramos juntos la experiencia que nos provoca. En este punto lo asocio -por la distancia y la cercanía- con la investigación que realiza Jesús Martín Barbero sobre telenovelas en Colombia a finales de los años 80, en un ambiente social complejo, donde la

televisión ocupaba un lugar destacado. Martín Barbero en la Revista *Anthropos* (2008)<sup>10</sup> cuenta un momento decisivo de la investigación- que me resonó mucho con la propia- cuando tratando de articular la experiencia propia con la de las mujeres que estaba investigando frente a la telenovela se preguntó: ¿cómo establecer relación entre la apasionada atención de los demás espectadores y nuestro distanciado aburrimiento? ¿qué veían ellos que yo no podía /sabía ver? La sincera necesidad de cambiar el lugar desde donde se formulan las preguntas y adoptar el desplazamiento metodológico que permitiera al investigador *ver con la gente, y a la gente contar lo visto*, le permitió identificar lo que él mismo señala como hallazgo: *la mayoría de la gente goza más la telenovela cuando la cuenta que cuando la ve.*

El placer de Boffe GP y de los jóvenes implicados en los casos “A” y “B” al reaccionar con su consumo audiovisual y compartirlo en las redes lo hace más placentero, empatía que se extiende a quien lo ve. En este caso el placer de reaccionarlo /contarlo lleva a crear la producción audiovisual, esa proyección producida por el consumo -en este caso audiovisual- materializa la relación con la propia experiencia. Va un paso más allá de lo observado en la investigación de Martín Barbero con la telenovela, se abren otras relaciones más bilaterales, flexibles donde la Imagen Distancia ya no aparece con guiños a producciones audiovisuales conocidas sino que las mismas son parte del contenido explícito.

#### **4.2.2 La producción audiovisual de “B”**

##### **4.2.2.1 Descripción general de los videos analizados, identificación de los instrumentos y canales usados para producir y compartir el audiovisual**

El análisis documental incluye 11 producciones audiovisuales, realizadas desde el 2021 hasta la fecha (2024), la mayoría del último año, fueron extraídas de su canal de You Tube (cuenta con 828 seguidores) excepto una compartida por “B” el día de la entrevista que está publicada en Tik Tok donde tiene 45.000 seguidores. Además de las plataformas mencionadas, usa Instagram; la grabación la realiza con su celular, cuenta con trípode y trabaja en su computadora con Premier en la edición.

La duración de las producciones analizadas oscila entre los 6 y 20 minutos, siempre aparece “B” en escena con un rol protagónico, “reaccionando” con el video juego, video clip musical, programa de TV o diseño web propio, esa es una característica de su producción

---

<sup>10</sup> Revista *Anthropos*. N| 219. Jesús Martín Barbero. Comunicación y culturas en América Latina. 2008.

audiovisual que destaca, excepto en el video más antiguo (relato de acción cotidiana) se aprecia en todos.

La mayor parte de las producciones analizadas corresponden a reacciones de videos musicales remix o crossover que integran distintos géneros musicales y artistas uruguayos / argentinos en colaboraciones musicales colectivas que son muy habituales en la actualidad. Los grupos musicales/artistas presentes son: Mesita, Nicki Nicole, Emilia Mernes, Tiago PZK, Marama, Roze, DJ Tao, Lauty Gram, MYA, Robleis, Bizarrap, Milo J., BM, Big One, Tini Stoessel. En estos casos graba durante el visionado del video clip compartiendo pantalla y apareciendo su imagen con más o menos protagonismo (cambios de tamaño), haciendo gestos y comentarios sobre lo que ve/escucha -diseño general, edición, sonido, letra de canción, ritmo, fotografía- comparando con la versión original, identificando los aportes de la nueva versión y calificando al final en una escala de 1 a 10. El visionado es detenido por “B”, muchas veces lo retrocede y repite para atender a algún aspecto en particular.

Además de las producciones antes identificadas, aparece la grabación de “B” jugando a SuikaGame, videojuego de lógica japonés, lanzado a nivel mundial en 2023 que combina elementos de los juegos de rompecabezas de caída y fusión, desarrollado por Alladdin X. Grabado en tiempo real (excepto en tres segmentos que duran segundos donde se acelera sólo un poco la velocidad y se anula su voz) relata lo que se hace mientras juega, haciendo exclamaciones, auto alentándose o quejándose, los únicos elementos externos al juego son su imagen y voz, la primera varía en tamaño en algunos momentos al igual que la imagen central del juego.

Hay dos producciones que relatan el proceso de diseño gráfico realizado por “B” para el influencer y atleta argentino Gero Arias, quien inició el 1 de enero del año pasado el Reto de las Dominadas que consistía en hacer el ejercicio de barra cada día durante todo el año, que abandonó el 10 de octubre. “B” a modo de homenaje realiza un diseño que integra fotografías del influencer de cada día del reto (280) además de símbolos que destacan algunos momentos particulares, título y frase representativa. El proceso del diseño tuvo una duración de 7 días que “B” presenta también a modo de “reto”, aparece hablando en primera persona en dos escenarios distintos que se alternan contando detalles precisos del manejo del programa y de las decisiones tomadas (formales, simbólicas) así como de los errores o aspectos que no salían bien. Justifica la elección de la iniciativa, del diseño en general y de cada decisión, discriminando las acciones de cada día y mostrando al final la comunicación con el influencer que agradece. Este video que alcanza casi los 12 minutos es bastante más extenso que el tik tok compartido en el formulario on line que no llega al minuto donde se relata el proceso de diseño de un banner

para el mismo influencer. En este caso se alterna la imagen de “B” en plano medio, angulación normal relatando el proceso -que además aparece escrito- desde el pedido realizado por el influencer (imagen de los mensajes en celular) pasando por las selección de fotografías, integración de gráficos y todo el proceso de edición que atiende al color/iluminación y la connotación de cada elemento así como del diseño en general; el relato es dinámico por la alternancia y contraste de imágenes, los cambios lumínicos y cromáticos realizados en las imágenes y en el texto, las inflexiones en la voz, algunas pausas y las gesticulación.

El otro consumo audiovisual mediado por streaming con el que “B” reacciona es el reality de TV “Gran Hermano” Argentina. Hace un “Tier list” o lista de niveles donde manifiesta la mayor o menor afinidad con los participantes. “B” aparece en pantalla en plano medio adelantando lo que va a hacer, luego una pantalla compartida con la tabla con niveles hacia donde arrastra las fotografías de los participantes mientras se escucha un sonido y explica los motivos. Ambos planos se alternan y la voz de “B” permanece durante toda la producción, sólo al inicio aparecen algunos agregados (título, iconos) y ciertos efectos de edición.

#### **4.2.2.2 Análisis documental, producción audiovisual de “B”**

La producción audiovisual seleccionada para el análisis fue una de las reacciones a videos musicales realizados en forma colaborativa, un Remix realizado por grupos/músicos argentinos y uruguayo. Al igual que el caso elegido como consumo audiovisual de “B” considero que funciona como representación social /metáfora de algo que trasciende el caso y de algún modo también lo explica, pareciera responder a un sistema fractal donde cada pieza (consumo/producción; original/remix; acción/reacción) responde a un mismo patrón, más allá de las singularidades. Fue triangulado con el video del tema original: “Una foto”, reguetón de estilo old school del músico uruguayo Santiago David Messano, conocido como Mesita.

##### *Visionado de producción audiovisual*

Duración 9:23. Reacción a “Una Foto Remix”. Mesita, Nicki Nicole, Emilia, Tiago PZK  
Inicia el video con imagen de “B” en un Plano Medio Corto, sentado en una silla gamer, detrás se aprecian algunos objetos esperables de ver en una habitación: mueble con parlante, ventilador de pie, frasco. Realiza una breve presentación mirando a la cámara que está de frente, con un angulación normal; lo hace de forma enérgica, nombrando a los artistas, moviendo las manos y usando distintas inflexiones de la voz y gestos, para destacar parte de lo dicho. En esta primera parte aparece un efecto de zoom que acompaña parte del relato y un cambio de color (a blanco y negro) cuando cuenta que lo estuvo viendo antes. Al iniciar la reacción aparece en pantalla



compartida a la izquierda con auriculares, deja correr el video y lo interrumpe para referirse al diseño, tipografía.

Mientras el video corre acompaña la música con la cabeza, canta y/o se mueve/baila, cuando lo interrumpe habla de la participación de cada cantante, de su vestuario, de los cambios musicales y/o de letra. En algunos momentos donde interrumpe el video pasa a ocupar toda la pantalla, en otras no. Da su opinión, destacando aspectos positivos y otros que podrían mejorar; entre éstos manifiesta que le falta contraste entre voces para diferenciarlo del original, Destaca los cambios de letra generados en segmentos particulares donde la cantante introduce referencias a sus propios temas. Realiza comentarios que se asocian con códigos musicales específicos y con la composición a nivel general. Para destacar lo que le gusta o valora positivamente retrocede el video, lo repite también cuando quiere confirmar algo que no llegó a captar. Se ríe, muestra gestualmente asombro, con aplausos y/o sonidos. Destaca del video clip los cambios de ritmo, de letra en relación a la original y las referencias dadas. Termina con la misma toma que empezó y termina dando su valoración 10 de 10 y pidiendo la suscripción.

#### **4.1.2.3 Análisis interpretativo**

##### ***Reaccionando- Remixando***

El modo lúdico sigue estando presente en este caso, “B” señala lo siguiente:

Y yo lo que lo hago es por entretenimiento. Tanto lo que me genera a mí grabarlo y también lo que puedo aportar. Yo no grabo algo ni subo nada que no aporte nada positivo. Entonces, como que lo describiría como algo sano, pero a la vez que tiene alto valor. (Entrevista individual “B”, 2024).

La forma en que “B” presenta el relato e interactúa con el contenido reaccionado tiene mucho en común con la producción de Boffe GP antes analizada. Comparte el visionado del video clip, realizando interrupciones, retrocesos, repeticiones del video y superponiendo en algunos segmentos su voz, que en general toma protagonismo cuando el video está detenido. En este caso se muestra todo el contenido aunque sea intervenido, a diferencia del contenido reaccionado por Boffe GP que es condensado. En el relato intervienen también los gestos, el propio cantar, movimiento de “B”, que expresa asombro, alegría y también manifiesta lo que se podría mejorar, actúa como parte del trabajo colaborativo realizado por los artistas.

En todos los casos analizados hasta el momento se observa cierta “irreverencia” frente al contenido reaccionado, es lo que les permite mutilarlo, intervenirlo y valorarlo con mayor naturalidad. Esa actitud es algo que “B” demanda del Remix visionado, manifiesta que necesita

mayor contraste con el original, destaca el valor agregado y co-creado. Lipovetsky y Serroy (2009) haciendo referencia a la imagen-distancia y a los remakes identifican esa “libertad reinterpretativa que se expresa sin freno: todo es posible, incluida la relectura infiel, iconoclasta e irrespetuosa (...). (p. 129).

Este trabajo colaborativo que se aprecia en el video y responde a una práctica contemporánea que han impulsado los más jóvenes, se asocia con lo que señala Brea (2007), la importancia de interconectar:

Con la potencia de «interconectar» datos –lo importante ya no es el disco duro, sino la memoria RAM– y usuarios –conectividad, puentes de enlace y apertura a las redes de distribución–. Para entonces, es posible que un cambio fundamental se haya tenido que producir también en el concepto de «cultura». Ella en efecto ya no es principalmente herramienta de almacenamiento y «consignación» patrimonial, archivística, sino sobre todo dinámica, proceso y arquitectura relacional, herramienta de interacción y principio de la acción comunicativa. (p.15).

La producción audiovisual de “B” al igual que la de “A” y al igual que otras tantas conjuga lo íntimo y su proyección pública, en este caso en las redes sociales y dentro de una comunidad o multiplicidad de comunidades, *tribus* que nos recuerdan “la importancia del sentimiento de pertenencia, a un lugar, a un grupo, como fundamento esencial de toda vida social” (Maffesoli, 2004:20). Como señalé en el análisis del caso de “A” estas comunidades no son familia pero existe entre ellos una fuerte relación afectiva. La conformación del grupo, en estos casos, se da en torno a un consumo / práctica audiovisual y la interacción generada por las redes sociales.

Que ella, la cultura, está empezando a dejar de comportarse como, principalmente, una memoria de archivo para hacerlo en cambio como una memoria de procesamiento, **de interconexión de datos –y sujetos– de conocimiento.** (Brea, 2007, p. 13).

Estas nuevas “formas de estar juntos” y “religación contemporánea” que señala Maffesoli (2004) se manifiestan en la investigación y merecen una oportunidad en la educación,

He aquí lo que me parece estar en juego en nuestras tribus contemporáneas. No las mueve una meta por alcanzar, un proyecto económico, político o social por

realizar. Prefieren "entrar en" el placer del estar juntos, "entrar en" la intensidad del momento, "entrar en" el goce del mundo tal cual es. (Maffesoli, 2004, p.17).

Porque creo en las oportunidades que ofrece el diálogo y suscribo a las palabras de Martín – Barbero (2008): “Dialogar es arriesgar una palabra al encuentro no de una resonancia, de un eco de sí misma, sino *de otra palabra*, de la *respuesta del otro*” (p. 26), es que “reacciono” como diría y haría “B”, tratando de comprender y “descubrir en la trama de nuestro propio ser la presencia de los lazos sociales que nos sostienen (pp. 26-27) para pensar y crear significado juntos.

## 5- CONCLUSIONES

La presente investigación pretendió indagar desde un enfoque interpretativo/cualitativo, las prácticas audiovisuales cotidianas de los adolescentes enmarcados en un contexto particular -2° y 3° año de Bachillerato, Educación Secundaria, Departamento de Colonia- para visibilizar los relatos que crean y comparten con la mediación de las nuevas tecnologías. Desde allí, reconocer los modos de producción de sentido y de afectos; los modos de representar, narrar y comunicar, que permitirían expresar y configurar la percepción de uno mismo y del mundo, las acciones en éste y la relación con otros.

El trabajo de campo realizado en dos etapas -2021, 2024- permitió dialogar con los consumos audiovisuales de 57 adolescentes (relevados mediante encuesta/ formulario on line) y con la producción audiovisual de 11 adolescentes entrevistados en forma colectiva y/o individual. El análisis documental incluyó el visionado de algunos consumos audiovisuales identificados como recurrentes a partir del procesamiento de la primera etapa de la encuesta (series, youtubers), las producciones audiovisuales de todos los estudiantes entrevistados (aportaron el material en el formulario on line, en el espacio de entrevista o fue extraído de canales de You Tube personales) y las correspondientes a los consumos audiovisuales (video juegos, youtubers, videoclips, influencers) de los dos adolescentes cuyas prácticas audiovisuales fueron seleccionados como casos y nombradas como “A” y “B”. Fueron seleccionados por las particularidades y/o recurrencias con lo visionado/escuchado/identificado a nivel general, por el acceso público a sus producciones a través de redes sociales- que en general se acompañó de una mayor disponibilidad para hablar de sus prácticas- y por la estrecha relación entre producción y consumo audiovisual, aspecto que tomó más relieve ya avanzada la investigación.

El trabajo de campo inició en el 2021, un tanto postergado y afectado por las consecuencias de la emergencia sanitaria generada por la pandemia y se completó en el 2024 con el objeto de actualizar el relevamiento, contrastar con lo analizado en la primera etapa y complementar la selección de casos. El objeto de estudio fue la práctica audiovisual del adolescente en el ámbito cotidiano pero el recorte y el acceso a la población fue habilitado a través de la institución educativa y de profesores de Educación Artística que funcionaron como nexo. La aplicación de entrevistas semiestructuradas colectivas aplicadas en grupos de 3 a 5 adolescentes sustituyó los foros de discusión que fueron considerados en la etapa de diseño y eliminados por la dificultad en la implementación. La espontaneidad y el intercambio que se generó en cada una de las entrevistas colectivas implementadas contribuyeron a identificar recurrencias, aclarar dudas y compartir material audiovisual; el contacto directo y en pequeños grupos favoreció la comunicación. El análisis documental realizado antes de la segunda etapa del trabajo de campo dinamizó el intercambio con los adolescentes en los espacios de entrevista y generó un terreno más fértil para identificar relaciones.

La apertura de esa *ventana* en la institución educativa para mirar lo que sucede “afuera” cobró importancia instrumental y simbólica. En cuanto a lo instrumental posibilitó y ordenó el acceso a la población que era objeto de estudio, asegurando un intercambio mediado por la institución y los permisos correspondientes, donde la posibilidad de entrevista colectiva fue uno de los aspectos más valorados y difícil de concretar de otro modo. En cuanto a lo simbólico destacó la importancia del reconocimiento de lo “cotidiano/personal” de los adolescentes desde la institución educativa, la visualización de lo que “dejan afuera”. Instalar la pregunta desde este lugar, supone un interés manifiesto y la posibilidad de diálogo que es el fin último de la investigación y la trasciende. Como señala Bruner (2000) “La escuela no puede continuar separada de otras manifestaciones de la cultura (...) la función del maestro es la de “concienciar” (...) Concienciar e informar sobre los modos de dar sentido al mundo” (p.10). La cotidianidad de los adolescentes, vivenciada en gran medida por la práctica audiovisual es parte significativa de la cultura actual y encierra/construye modos de crear significado que reclaman más lugar en la institución educativa. Esa necesidad de visibilidad social es señalada por Martín – Barbero (2017): “lo que buscan no es que se los represente, es que se los deje ser, es decir, que se los reconozca” (Martín-Barbero, (p. 66), creemos que el lugar desde donde se activó el proceso de la investigación implica un gesto de reconocimiento a los adolescentes y a sus modos de producir significado.

La pregunta que movilizó la investigación se instala en el deseo genuino de “escuchar” a los adolescentes, porque es condición para dialogar. La forma en que actualmente “hablan”, “narran”, es diferente a los “modos” usados años atrás, constituyendo la práctica audiovisual una increíble oportunidad de conocerlos y comprenderlos porque es el medio elegido por ellos para relacionarse con el mundo y con los otros, lo que se manifiesta en las respuestas de los adolescentes encuestados. La investigación permitió “escuchar” a muchos adolescentes en distintos liceos del Departamento de Colonia, todos hablaron desde el consumo audiovisual, algunos también desde su producción. La escucha implicó un proceso exhaustivo de visionado de producciones audiovisuales -creadas y/o consumidas por ellos- que requirió la familiarización con códigos que en muchos casos resultaban ajenos y encerraban un alto grado de especificidad, lo que requirió un proceso paralelo de triangulación con otras fuentes que permitieran acceder a los “nichos” en cuestión.

Las categorías de análisis se construyeron en forma paralela al análisis documental de la primera etapa, mientras se determinaba ¿qué debía tener una práctica audiovisual para constituir un caso? y ¿qué producciones audiovisuales adquirirían valor para ser analizadas como documento? Gran parte del desafío podría asociarse con la dificultad que plantea Odin (2008) en usar el film familiar como documento, más allá de las diferencias con las prácticas analizadas adquieren valor los puntos de encuentro. En relación a estas grabaciones domésticas que dan testimonio de la cotidianidad, Odin (2008) señala la dificultad del carácter *estereotipado* que presentan, donde las escenas se repiten y aparecen ciertas ceremonias. Esta sensación de ver muchas veces lo mismo, fue experimentada al visionar varios materiales, especialmente en la primera etapa. Si bien la mirada más ingenua y menos focalizada de la etapa inicial seguramente influyó, considero que lo planteado por Odin (2008) en relación al “film familiar como documento” está presente en lo visionado a nivel general e interesa porque repara también en lo distintivo:

No obstante, si uno quiere mirar las cosas de otro modo, sin dejarse atrapar por la connotación negativa atribuida demasiado sistemáticamente al estereotipo, está claro que el carácter estereotipado de las imágenes del film familiar también es una buena baza, hace patente su extraordinaria *representatividad*. Una imagen de un film familiar, en la medida que es una manifestación de todo un conjunto de imágenes análogas, posee una extraordinaria fuerza *ejemplificadora*. Cada imagen es una condensación, una *cristalización* de cientos, de miles de imágenes análogas. (pp. 203-204).

La analogía se presenta de forma clara en los casos analizados (“A” y “B”) no sólo entre producciones creadas por ellos sino entre las mismas y sus consumos, es decir con las producciones de los youtubers que siguen, lo que además explicitan en las entrevistas. Hay códigos específicos dentro de cada nicho que “incluyen” o “excluyen” al resto, generando una especie de familia extendida o tribus en palabras de Maffesoli (2004). Teniendo en cuenta nuevamente lo señalado por Odin (2008) y salvando las diferencias con el concepto planteado de modo estricto, al igual que en el film familiar en estas producciones *el contexto es la vivencia del sujeto* lo que hace que quién no pertenezca a esa “familia extendida” muchas veces no entienda lo que se aprecia en el relato o les resulte aburrido, explicando además que sus integrantes vean mucho más que lo representado. (p. 202). A partir de lo señalado hasta el momento podría considerar que el objetivo de analizar los consumos y las producciones audiovisuales de los jóvenes para reconocer narrativas compartidas y caracterizarlas se logró.

Algunos de los documentos analizados (no seleccionados como casos) responden a lo que Odin (2008) define como film familiar -realizado por un miembro de la familia sobre personajes, acontecimientos u objetos vinculados de algún modo a la historia de esa familia y de uso prioritario para sus miembros (p.199)- los que muchas veces no eran compartidos por redes sociales o se hacía en un círculo más íntimo/familiar. La gran mayoría podrían considerarse como producciones amateurs documentales, “el cineasta aficionado filma con una “intención previa”: (...), todo ello reside en la decisión del cineasta de dejar un testimonio para el futuro, dirigido a los miembros su familia, pero también a un público mucho más amplio” (p. 207). En estos casos hay una voluntad de comunicar; se aprecia una atención al encuadre, trabajo de edición integrando música, texto, gráficos. Dentro de las categorías que aparecieron con más frecuencia en las producciones analizadas se encuentra el *documento*: “yo estaba allí”, importa lo que muestra, el *testimonio*: “yo lo he vivido” y los *documentos ego-centrados*, centrados en la vida del realizador (Odin, 2008, pp. 208-209), ejemplos de estas categorías aparecieron tanto en la primera parte como en la segunda. Independientemente de la clasificación realizada, lo que tienen en común todas las producciones visionadas y comparten con las categorías antes presentadas (film familiar y producciones amateurs documentales) es una *relación afectiva especial*, que “las imágenes tejen con el espectador; el que las ha filmado es alguien como yo; así que estas imágenes son también un poco mías: yo podría haberlas filmado también; me hablan de gente como yo (p. 210). Esta podría ser una de las conclusiones sobre la relación entre quién produce y consume la producción creada por los adolescentes estudiados a nivel general.

Los *modos de producción de sentido y afecto*, establecidos por Roger Odin sirvieron como categorías de análisis, siendo el *modo energético* -motiva al espectador a partir de las imágenes y los sonidos- el que está más presente en la práctica audiovisual a nivel general, independientemente que se combina con otros (ya se plantearon relaciones antes con el modo privado). Se aprecia tanto en los géneros consumidos (atravesando distintos lenguajes: video juegos, series, videoclips) como en la forma de construcción del relato siendo afín en este último sentido con lo observado en las producciones audiovisuales creada por los adolescentes. Las series que aparecen con mayor frecuencia son pertenecientes al género de suspenso y horror – Elite, Riverdale, Walking Dead, Vis a Vis, Strange Things- cada una de ellas con muchas temporadas, con series derivadas y/o conexiones con otros lenguajes. Este género guarda relación con el video juego analizado en el caso “A” de terror psicológico de supervivencia en primera persona: *Cry of dear. Corre, piensa, dispara, vive*, donde el modo energético es innegable. Es interesante destacar la “impregnación” del cine en los nuevos medios, analizado específicamente en el caso “A” en cuanto al análisis del video juego nombrado, con la integración de escenas “cinemáticas” (Lipovetskt y Serroy, 2009, p. 288) que evocan a films conocidos. Los préstamos entre lenguajes se aprecian con frecuencia en forma bidireccional, compartiendo temas, personajes, argumentos. Lo señalado anteriormente se asocia con la identificación de los modos de producción de sentido en la práctica audiovisual de los adolescentes y el análisis de las sinergias entre consumo y producción audiovisual, constituía un objetivo de la investigación y se alcanzó a concretar.

Con respecto a la mediación realizada por las nuevas tecnologías se observamos en las producciones audiovisuales analizadas y creadas por adolescentes, cierta forma particular de construir el relato, de combinar textos/imágenes/gráficos, de integrar: imagen y sonido, lo propio y lo ajeno, lo privado y lo público, que se relaciona con el modo energético, con la construcción del tiempo/espacio y con la mediación realizada por las nuevas tecnologías, donde lo digital habilita importantes oportunidades al respecto. Como señala Eisner (2011) cada medio ofrece oportunidades y limitaciones, la familiarización con este permite usarlo como medio expresivo; de este modo se aprecian *sensibilidades cognitivas y expresivas* (Martín Barbero, 2017) que son propias del sistema comunicacional actual, que influyen en el modo en que perciben, construyen y crean significado los adolescentes, relación que pretendía ser analizada en la investigación y se logró concretar.

Las características mencionadas que asociamos con el modo ya identificado, aparecen en las distintas producciones audiovisuales de ambos casos, tanto en las consumidas como en

las creadas, lo que aporta cierto carácter de representatividad. La energía transmitida por las imágenes y sonido, esa relación afectiva íntima generada con el espectador y esa constitución de grupo/de pares que funcionan como “familia extendida” se puede asociar con el sentimiento colectivo, emocional, experiencial que Maffessoli (2004) nombró como religación contemporánea. Creemos que el modo que tienen los adolescentes de conectarse y trabajar colaborativamente es una competencia que podría trasladarse más al ámbito educativo optimizando los contactos y puentes fuera del aula. Aplican múltiples formas de dialogar, con ellos mismos y con los otros, en ocasiones superponiéndolas o pausándolas.

La investigación permitió reflexionar sobre las prácticas audiovisuales cotidianas de los adolescentes y posibles aportes a la Educación pero en ese sentido podría profundizarse, integrando otros instrumentos que aumentaran el rapport con ellos. El trabajo colaborativo permitiría ampliar el estudio y cocrear líneas de acción, lo que sería una de las posibles proyecciones a considerar.

## 6. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aguirre, I.** (2005). *Teorías y Prácticas en Educación Artística. Ideas para una revisión pragmatista de la experiencia estética*. Barcelona: Octaedro-Universidad Pública de Navarra.
- Brea, J.** (2007). *Cultura\_Ram mutaciones de la cultura en la era de su distribución electrónica en Cibercultura*. Barcelona: Gedisa Editorial.
- Bruner, J.** (2000). *La educación, puerta de la cultura*. Madrid: Aprendizaje Visor.
- Casetti, F; Di Chio, F.** (2003). *Cómo analizar un film*. Barcelona: Paidós.
- Cobo, C; Cortesi, S; Brossi, L; Doccetti, S; Lombana, A; Remolina, N; Winocur, R. y Zucchetti, A.** (Eds.). (2018). *Jóvenes, transformación digital y formas de inclusión en América Latina*. Montevideo, Uruguay: Penguin Random House. En: <https://digital.fundacionceibal.edu.uy/jspui/handle/123456789/229>
- Cuevas, E.** (2010). *La casa abierta. El cine doméstico y sus reciclajes contemporáneos*. Madrid: Ocho y Medio, Libros de Cine.
- Dodel, M** (coord.); **Kweksilber, C.; Aguirre, F; Méndez, I.** (2018). *Niños, niñas y adolescentes conectados: Informe Kids Online Uruguay 2017*. Fondo de las Naciones Unidas



para la Infancia, Unicef Uruguay Plan Ceibal UNICEF, Unesco, Agesic Universidad Católica del Uruguay, UCU. Montevideo: Mastergraf.

**Dodel, M** (coord.). (2023). *Niños, niñas y adolescentes conectados: Informe Kids Online Uruguay 2022*. Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia, Unicef Uruguay Plan Ceibal UNICEF, Unesco, Agesic Universidad Católica del Uruguay, UCU. Montevideo: Mastergraf.

**Dominzaín, S; Rapetti, S; Radakovich, R.** (2009). *Imaginario y consumo cultural: segundo informe nacional sobre consumo y comportamiento en Uruguay 2009*. Montevideo: Observatorio Universitario de Políticas Culturales.

**Dominzain, S; Radakovich, R; Duarte, D; Castelli, L.** (2014). *Imaginario y consumo cultural: segundo informe nacional sobre consumo y comportamiento en Uruguay 2014*. Montevideo: Observatorio Universitario de Políticas Culturales.

**Eisner, E.** (2011). *El Arte y la creación de la mente. El papel de las artes visuales en la transformación de la conciencia*. Barcelona: Paidós.

**Efland,** (2004); *Arte y cognición. La integración de las artes visuales en el curriculum*. Barcelona. Octaedro.

**Escuder, S.; Julia Morales, J.; y Ponce, M.** (2013). *Trazando un mapa de los medios digitales: Uruguay*. Uruguay: Las Fundaciones Open Society.

**Freedman, K.** (2006). *Enseñar la cultura visual. Currículum, estética y la vida social del arte*. Barcelona: Ediciones Octaedro.

**García Canclini, N.** (2006). *El consumo cultural, una propuesta teórica*. En: Sunkel, G. *El consumo cultural en América Latina*, Convenio Andrés Bello, Bogotá: Estudios sociológicos.

**Gutiérrez-Rubí, A.** (2018). *Millennials en Uruguay. Valores, actitudes y comportamientos*. Uruguay: Telefónica Fundación. Movistar. En: <https://www.fundaciontelefonica.uy/cultura-digital/publicaciones/millennials-en-uruguay/650/>

**Hernández, F.** (2000). *Educación y Cultura Visual*. Barcelona: Octaedro.

**Hernández, F.** (2007). *Espigador@s de la cultura visual. Otra narrativa para la educación de las artes visuales*. Barcelona: Octaedro.

**Igarza, R.** (2009). *Burbujas de ocio. Nuevas formas de consumo cultural*. Buenos Aires: ICRJ.

**Lipovetsky, G.; Serroy, J.** (2009). *La pantalla global. Cultura mediática y cine en la era hipermoderna*. Barcelona: Anagrama.

**Maffesoli, M.** (2004). *El tiempo de las Tribus. El ocaso del individualismo en las sociedades posmodernas*. México. D.F.: Ediciones Siglo XXI. En: [http://files.educacion-en-beta.webnode.cl/200000215-6775868718/EL\\_TIEMPO\\_DE\\_LAS\\_TRIBUS.pdf](http://files.educacion-en-beta.webnode.cl/200000215-6775868718/EL_TIEMPO_DE_LAS_TRIBUS.pdf)

**Maffesoli, M.** (1989). Contratexto pregunta a Michel Maffesoli. *Contratexto*, (004), 193-197. <https://doi.org/10.26439/contratexto1989.n004.1923>

**Maffesoli, M.** (2000). *Identidad e identificación en las sociedades contemporáneas en El reverso de la diferencia Identidad y política*. Venezuela: Nueva Sociedad.

**Martín - Barbero, J.M.** (2008). “De la experiencia al relato. Cartografías culturales y comunicativas de Latinoamérica”, *Revista anthropos: Huellas del conocimiento Proceso de investigación y análisis: Jesús Martín Barbero: Comunicación y culturas en América Latina*, N° 219; pp. 21-42.

**Martín - Barbero, J.M.** (2008). “Pistas para entre-ver medios y mediaciones”, *Revista anthropos: Huellas del conocimiento. Proceso de investigación y análisis: Jesús Martín Barbero: Comunicación y culturas en América Latina*, N° 219; pp. 43-48.

**Martín - Barbero, J.M.** (2017). *Jóvenes entre el Palimpsesto y el Hipertexto*. Barcelona: Ned Ediciones.

**Miranda, F.** (2015). “Postproducción Educativa: La posibilidad de las Imágenes”, en: MARTINS, R.; MIRANDA, F.; OLIVEIRA, M.; TOURINHO, I.; VICCI, G. (Orgs.) *Educación de la Cultura Visual: conceptos y contextos*. Montevideo: IENBA/UDELAR, p. 38-61.

**Mirzoeff, N.** (2003). *Una Introducción a la cultura visual*. Barcelona: Paidós.

**Mata, C.** (2004). “Públicos y consumos culturales en Córdoba”, en Sunkel *El consumo cultural en la investigación en comunicaciones en América Latina*. Contornos. Signo y pensamiento 45 Volumen XXIII.

**Odin, R.** (2006). “Arte y estética en el campo del cine y la televisión. Enfoque semiopragmático”, *La Puerta FBA*, no. 2. Institución de origen: Facultad de Bellas Artes; 130-139. Disponible en: <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/20044> revisado el 1/4/2024

**Odin, R.** (2008). *El film familiar como documento. Enfoque semiopragmático*. Archivos de la Filmoteca (pp 58, 197-217).

**Odin, R.** (2019). La semiopragmática: un modelo heurístico, en *Semióticas del cine y del audiovisual. Nuevas tendencias*. Bogotá: Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano. Facultad de Ciencias Sociales. Departamento de Humanidades, pp. 155-174.

**Odin, R.** (2019). Semiopragmática e intermedialidad. La semiopragmática: un modelo heurístico, en *Semióticas del cine y del audiovisual. Nuevas tendencias*. Bogotá: Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano. Facultad de Ciencias Sociales. Departamento de Humanidades, pp. 175- 193.

**Pardo, V.** (2023). Informe Encuesta de Usos de Tecnologías de la Información y la Comunicación 2022. Uruguay Presidencia. ONE. AGESIC. En: <https://www.gub.uy/agencia-gobierno-electronico-sociedad-informacion-conocimiento/datos-y-estadisticas/estadisticas/encuesta-uso-tecnologias-informacion-comunicacion-2022>

**Radakovich, R.** (2020). Cartografía de fronteras digitales. Universidad de la República, Montevideo: Tríade, Sorocaba, SP, v. 8, n. 19. En: [https://www.researchgate.net/publication/311206301\\_Trazando\\_un\\_mapa\\_de\\_los\\_medios\\_digitales\\_en\\_Uruguay](https://www.researchgate.net/publication/311206301_Trazando_un_mapa_de_los_medios_digitales_en_Uruguay)

**Rossel, C.** (2009). *Adolescencia y Juventud en Uruguay: elementos para un diagnóstico integrado. Viejas deudas, nuevos riesgos y oportunidades futuras*. Universidad de la República (2008) “VI Censo Estudiantes 2007. UdelaR”. En: <http://repositorio.mides.gub.uy:8080/xmlui/handle/123456789/129/browse?type=author&value=Rossel%2C+Cecilia>

**Sautu, R.** (2005). *Todo es teoría: objetivos y métodos de investigación*. Buenos Aires: Lumiere.

**Scolari, C; Winocur, R; Pereira, S; Barreneche, C.** (2003). *Comunicación y Sociedad*, 33, septiembre-diciembre. En: <http://www.scielo.org.mx/pdf/comso/n33/0188-252X-comso-33-7.pdf>

**Scolari, C.** (2008). *Hipermediaciones. Elementos para una teoría de la comunicación Digital Interactiva*. Barcelona: Gedisa, En: <https://www.felsemiotica.com/descargas/97686682-Scolari-Carlos-Hipermediaciones.pdf>

**Scolari, C.** (ed.) (2013). *Homo Videoludens 2.0. De Pacman a la gamification*. Colección Transmedia XXI. Laboratori de Mitjans Interactius. Universitat de Barcelona. Barcelona.

**Scolari, C.** (2019). *Tweetland. Nuevos formatos textuales en la cultura snack*. Observatorio de Cultura y Economía Cuadernos de trabajo Serie Transformaciones digitales Vol. 3. BOGOTÁ, D. C. República de Colombia Observatorio de Cultura y Economía. Diana Cifuentes Gómez Coordinación editorial. Universidad Jorge Tadeo Lozano.

**Stake, R.** (1999). *Investigación con estudio de casos*. Madrid: Ediciones Morata.

**Vicci, G.** *Visualidades e identidades adolescentes. Reflexiones en torno a un proyecto de investigación.* En: **Alves N., Miranda, F., Soares, C.** (2019). *Currículos. Visualidades, Narrativas y Deferencia.* Montevideo: universidad de la República, Comisión Sectorial de Investigación Científica. Instituto Escuela Nacional de Bellas Artes.

**Vasilachis de Gialdono, I.** (2013) “Investigación Cualitativa: Metodologías, Estrategias, Perspectivas, Propósitos”. En N. K. Dezin e Y. Lincoln, *Manual de Investigación Cualitativa Vol. III Estrategias de investigación cualitativa.* Barcelona: Gedisa.

**Valles, M.** (2003). *Técnicas cualitativas de Investigación Social. Reflexión metodológica y práctica profesional.* Madrid: Editorial Síntesis.

## **7. ANEXOS DOCUMENTALES**

### **Instrumentos para la recolección de Información empírica**

#### **Guión de preguntas para cuestionario – Formulario on line**

##### **A- CURSO.LOCALIDAD**

##### **B- CONSUMO**

**1-** ¿Consumes producciones audiovisuales? SI NO

**2-** ¿Es una práctica habitual en tu vida?

- Alguna vez en la semana
- Alguna vez al día
- Más de una vez al día
- Muchas veces al día
- Todo el tiempo

**3- A.** ¿Qué tipo de producción audiovisual consumes?

- Tutoriales
- Musicales, Video clip
- Video juegos
- Películas
- Series
- Programas de TV
- Videos de humor
- Las publicadas en redes sociales por pares
- Las publicadas por influencers /you tubers

**B.** ¿Cuáles son tus favoritas?

**4-** Lo haces para

- Informarte
- Pasar el rato
- Aprender
- Estar en contacto con otros
- Divertirte
- Para comprar
- Otros           Especificar

**5-** ¿Sigues a you tubers y/o influencer? ¿a cuáles?

**6-** ¿Miras series? ¿cuáles son tus favoritas?

**7-** ¿Miras video clips? ¿de qué banda / artista?

**8-** ¿Qué plataformas o redes sociales usas para el consumo audiovisual?

- WhatsApp
- Facebook
- Instangram
- LinkedIn
- YouTube
- Twitter
- Otras   Especificar

**9-** ¿Cuál prefieres? ¿Por qué?

**C- PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL**

**1-** ¿Produces videos y los compartes en redes sociales? SI NO

En caso de respuesta afirmativa responde las siguientes preguntas:

**2-** ¿Publicas todos los videos que creas?

- Sí
- En general Sí
- No siempre
- Pocas veces

**3-** ¿Cómo lo compartes?

- WatsApp
- Facebook
- You Tube
- Instangram

- Otros
- 4-** ¿Lo compartes en forma abierta?
- Sí
  - No
- 5-** ¿Con qué dispositivo y aplicación/programa lo haces?
- 6-** ¿Con qué frecuencia lo haces?
- Alguna vez al mes
  - Alguna vez a la semana
  - Alguna vez al día
  - Muchas veces al día
  - Todo el tiempo
- 7-** ¿Qué te motiva para crear un video?
- Entretenerte
  - Darte a conocer
  - Contactar con otros
  - Expresarte
  - Crear
  - Otros. Especificar.
- 8-** ¿Cómo lo compartes?
- WathsApp
  - Facebook
  - YouTube
  - Instangram
  - Otros. Especificar.
- 9-** ¿Qué muestras o qué cuentas?
- Lo que sueles hacer
  - Lo que te rodea
  - Tus afectos
  - Tu propia imagen
  - Los lugares donde estás
  - Lo que no te gusta
  - Lo que te enoja
  - Lo que te hace reír
  - Lo que genera impacto en otros

- Otros Especificar

10- ¿Es importante para vos lo que sucede después de publicar?

- No le das importancia
- Reviso los likes pero no estás pendiente
- Es importante, afecta tu estado de ánimo
- Es importante, permite intercambiar con otros
- Es importante, influye en lo que publicas después
- Otros Especificar

### **GUIÓN BASE PARA ENTREVISTA SEMI ESTRUCTURADA GRUPAL-**

- 1- ¿Es importante la práctica audiovisual a nivel personal? ¿por qué?
- 2- ¿Cuáles son tus consumos audiovisuales favoritos?
- 3- ¿Por qué plataforma o redes sociales consumes audiovisual?
- 4- ¿En qué momentos lo haces? ¿solo/a o Acompañado/a?
- 5- ¿Qué te aburre y qué te motiva dentro del audiovisual que consumes?
- 6- ¿Consumes videos realizados por personas de tu edad? ¿qué tipo de video consideras más característico o frecuente?
- 7- ¿Sigues influencer/streamers en redes sociales? ¿a quiénes? ¿sientes que te representan?
- 8- ¿Hay oportunidades en la institución educativa de hablar y analizar los consumos audiovisuales cotidianos? ¿lo consideras importante?
- 9- ¿Produces y compartes producción audiovisual?
- 10- ¿Compartes toda la producción audiovisual que produces? ¿la publicas en forma abierta?
- 11- ¿Qué recursos y dispositivos usas para crearla? ¿por qué? ¿qué beneficios aportan?
- 12- ¿El proceso de creación es improvisado o planificado?
- 13- ¿Qué muestras en el video? ¿apareces como protagonista?
- 14- ¿Qué importancia le das a la recepción de tu video y al intercambio con otros a partir de la publicación?
- 15- ¿Hay oportunidades de crear producción audiovisual desde la institución educativa? ¿lo consideras importante?