

Jóvenes y Cultura Digital



Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina

EDITORA GENERAL

Gissela Dávila
Directora General de CIESPAL

COORDINADOR EDITORIAL

Gabriel GIANNONE

SECRETARIA DE REDACCIÓN

Rosa ARMAS

CONSEJO DE REDACCIÓN

Amparo CADAVID
UNIMINUTO, Colombia

Fernando CASADO
Instituto de Altos Estudios Nacionales, Ecuador

Ana María DURÁN
Universidad del Azuay, Ecuador

Eduardo GUTIÉRREZ
Pontificia Universidad Javeriana de Colombia

Eliana del Rosario HERRERA HUÉRFANO
UNIMINUTO, Colombia

Octavio ISLAS
Universidad de los Hemisferios, Ecuador

Daniel Fernando LÓPEZ JIMÉNEZ
Universidad de los Hemisferios, Ecuador

Efendy MALDONADO
UNISINOS, Brasil

Claudio Andrés MALDONADO RIVERA
Universidad Católica de Temuco, Chile

Fernando ORTIZ
Universidad de Cuenca, Ecuador

Abel SUING
Universidad Técnica Particular de Loja, Ecuador

Nancy Graciela ULLOA ERAZO
Pontificia Universidad Católica del Ecuador (Sede Ibarra)

Rosa VALLEJO CASTRO
CIESPAL, Ecuador

Jair VEGA
Universidad del Norte, Colombia

José VILLAMARÍN CARRASCAL
Universidad Central del Ecuador

Jenny YAGUACHE,
Universidad Técnica Particular de Loja, Ecuador

EDITORES ASOCIADOS

Norteamérica
Jesús GALINDO

Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, México

Centroamérica

Hilda SALADRIGAS,

Universidad de La Habana, Cuba

Área Andina

Karina HERRERA MILLER,

Universidad Mayor de San Andrés, Bolivia

Cono Sur

Lorena Mónica ANTEZANA BARRIOS

Universidad de Chile

Brasil

Denis PORTO RENÓ,

Universidade Estadual Paulista, Brasil

CONSEJO CIENTÍFICO INTERNACIONAL

Rosa María ALFARO

CALANDRIA, Perú

Enrique BUSTAMANTE

Universidad Complutense de Madrid, España

Mauro CERBINO

FLACSO, Ecuador

Elíseo COLÓN

Universidad de Puerto Rico

Miquel DE MORAGAS

Universidad Autónoma de Barcelona, España

José Manuel DE PABLOS

Universidad de La Laguna, España

Carlos DEL VALLE ROJAS,

Universidad de La Frontera, Chile

Heidi FIGUEROA SARRIERA

Universidad de Puerto Rico

Raúl FUENTES

ITESO, México

Valerio FUENZALIDA

Pontificia Universidad Católica de Chile

Raúl GARCÉS

Universidad de La Habana, Cuba

Juan GARGUREVICH

Pontificia Universidad Católica del Perú

Bruce GIRARD

Comunica.org

Alfonso GUMUCIO

Universidad Mayor de San Andrés, Bolivia

Antonio HOHLFELDT

PUCRS. Porto Alegre, Brasil

Gabriel KAPLÚN

Universidad de la República, Uruguay

Margarida María KROHLING KUNSCH

USP, Brasil

Margarita LEDO ANDIÓN

USC, España

José Carlos LOZANO RENDÓN

Universidad Internacional de Texas A&M, EE.UU.

Amparo María MARROQUÍN PARDUCCI

Universidad Centroamericana, El Salvador

Jesús MARTÍN-BARBERO

Universidad Nacional de Colombia

Guillermo MASTRINI

Universidad Nacional de Quilmes, Argentina

María Cristina MATA

Universidad Nacional de Córdoba, Argentina

Armand MATTELART

Université Paris 8, Francia

Toby MILLER

Cardiff University, Reino Unido

Walter NEIRA

Universidad de Lima, Perú

Neyla PARDO

Universidad Nacional de Colombia

Antonio PASQUALI

Universidad Central de Venezuela

Círcula KROHLING PERUZZO

Universidade Metodista de São Paulo, Brasil

María Teresa QUIROZ

Universidad de Lima, Perú

Isabel RAMOS

FLACSO, Ecuador

Rossana REGUILLO

ITESO, Universidad Jesuita de Guadalajara, México

Germán REY

Pontificia Universidad Javeriana, Colombia

Hernán REYES

Universidad Andina Simón Bolívar, Ecuador

Omar RINCÓN

CEPER - Universidad de Los Andes, Colombia

Hilda SALADRIGAS

Universidad de La Habana, Cuba

César Ricardo SIQUEIRA BOLAÑO

Universidade Federal de Sergipe, Brasil

Muniz SODRÉ

Universidade Federal do Rio de Janeiro, Brasil

Guillermo SUNKEL

CEPAL-Naciones Unidas, Chile

Erick TORRICO

Universidad Andina Simón Bolívar, Bolivia

Gaëtan TREMBLAY

Université du Québec, Canadá

CHASQUI, Revista Latinoamericana de Comunicación es una publicación académica pionera en el escenario de debate del campo comunicológico latinoamericano. Ha sido creada en el año 1972 y, desde entonces, es editada por CIESPAL, con sede en Quito, Ecuador.

Se publica de forma cuatrimestral, tanto en formato impreso como digital. Su modalidad expositiva es el artículo o ensayo científico. Los textos se inscriben en una perspectiva de investigación y están elaborados en base a una rigurosidad académica, crítica y de propuesta teórica sólida.

Para la selección de sus artículos Chasqui realiza un arbitraje por medio de pares académicos bajo el sistema doble ciego, por el que se garantiza el anonimato de autores y evaluadores. Para llevar adelante el proceso contamos con una extensa nómina de especialistas en diversas áreas de la comunicación y las ciencias sociales.

Chasqui se encuentra indexada en las siguientes bases de datos y catálogos:



CIESPAL

Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina

Av. Diego de Almagro N32-133 y Andrade Marín • Quito, Ecuador

Teléfonos: (593 2) 254 8011/ Ext. 231

www.ciespal.org

www.revistachasqui.org

chasqui@ciespal.org

ISSN: 1390-1079

e-ISSN: 1390-924X

Coordinadores Monográfico Chasqui 137

Andrea Velásquez, Claudia Rodríguez y Abel Suing

Suscripciones: isanchez@ciespal.org

Corrección de textos

Noemí Mitter, Rosimeire Barboza Da Silva

Maquetación

Arturo Castañeda Vera

Las ilustraciones utilizadas en este número se basan en escenas de la vida del Pueblo Mapuche.

Los textos publicados son de exclusiva responsabilidad de sus autores.



Reconocimiento-SinObraDerivada

CC BY-ND

Esta licencia permite la redistribución, comercial y no comercial, siempre y cuando la obra no se modifique y se transmita en su totalidad, reconociendo su autoría.

9 EDITORIAL

9 Presentación. Pensar y conocer en movimiento
Gabriel GIANNONE

11 Editorial
Gabriel GIANNONE

13 TRIBUNA

15 Jóvenes y cultura digital: abordajes críticos desde América Latina
Paola RICAURTE QUIJANO

31 MONOGRÁFICO. Jóvenes y Cultura Digital

**33 Introducción: Jóvenes y cultura digital
¡Siguen los cambios y sin miedos!**
Andrea VELÁSQUEZ, Claudia RODRÍGUEZ y Abel SUING

**39 Nomadización, ciudadanía digital y autonomía.
Tendencias juveniles a principios del siglo XXI**
Joaquín Walter LINNE

55 La virtualización de las comunicaciones interpersonales
Olivia VELARDE HERMIDA & Belén CASAS-MAS

**73 Juventude e Consumo Midiático em tempos de convergência:
algumas observações**
Jane Aparecida MARQUES, Mariângela MACHADO TOALDO &
Nilda Aparecida JACKS

**93 La evaluación de la competencia digital de los estudiantes:
una revisión al caso latinoamericano**
Patricia HENRIQUEZ-CORONEL, Mercé GISBERT CERVERA &
Ileana FERNÁNDEZ FERNÁNDEZ

**113 Miatização pelos jovens na expansão narrativa do Universo
Cinematográfico Marvel**
Vicente GOSCIOLA & Matheus TAGÉ VERISSIMO RIBEIRO

**131 Tecnologías digitales e imagen corporal en jóvenes chilenos
de segmentos medios: un estudio de caso mediante ciberetnografía**
Rodrigo GANTER SOLÍS, Oscar BASULTO GALLEGOS &
Catalina MENDOZA RIQUELME

**155 Conhecer as extensões da esfera dos média: Testando
conhecimentos a partir de um quiz**
Fábio RIBEIRO, Pedro MOURA & Luís António SANTOS

**171 Alfabetismos Transmedia en Colombia: estrategias de aprendizaje
informal en jóvenes gamers en contextos de precariedad**
Carlos BARRENECHE, Nestor David POLO ROJAS &
Alfredo Luis MENÉNDEZ-ECHAVARRÍA

191 Redes, comunidades e cultura digital: a inovação pela desconexão

Denis PORTO RENÓ, Oksana TYMOSHCHUK & Paula Alexandra SILVA

209 Turista 2.0, comportamiento y uso de los medios sociales

Verónica ALTAMIRANO BENÍTEZ, Miguel TÚÑEZ LÓPEZ & Isidro MARÍN GUTIÉRREZ

227 ENSAYO

229 *Barbarossa- Bar(bar)ossa- Barbossa*: La permanencia de la Leyenda Negra como discurso de otredad

Salvador LEETOY & Miguel VÁZQUEZ LIÑÁN

247 Memorias del desplazamiento en el documental brasileño: testimonio y paisaje en *Aboio*, de Marília Rocha

Gustavo SOUZA SILVA

263 La problemática estético-política en la revista *Las Naves*, manifiestos cinematográficos contemporáneos

Maia VARGAS

277 Os desafios de dizer: aproximações ao testemunho midiático a partir de notícias sobre violência contra a mulher no Brasil

Bruno SOUZA LEAL & Elton ANTUNES

297 Cirugía estética y prensa gráfica femenina. La formación pedagógica de la paciente competente

Marcelo CÓRDOBA

315 INFORME

317 El cuerpo de la mujer en la publicidad de las revistas femeninas de alta gama

Ruth GÓMEZ DE TRAVESEDO-ROJAS & Ana ALMANSA-MARTÍNEZ

335 Periodismo en Snapchat: un análisis de las historias publicadas por UOL y NYT

Juliana COLUSSI

351 Claves para publicar en revistas educativas JCR en alemán, inglés y español

Vicente LLORENT-BEDMAR & Alicia SIANES-BAUTISTA

369 El tema del trabajo del periodista en Chasqui: investigación bibliométrica para identificar autores y conceptos

Roseli FIGARO

393 Crisis del Estado del bienestar: estrategias de hegemonía desde el discurso mediático

María Concepción MATEOS MARTÍN & Cármen GAONA PISONERO

415 RESEÑAS

Brasil e as suas mídias regionais: estudos sobre as regiões Norte e Sul

Pâmela ARAÚJO PINTO

—

Editorial: Editora Multifoco, Rio de Janeiro

Año: 2017

Páginas: 308

ISBN: 978-85-5996-462-2

—

Nos estudos sobre políticas de comunicação no Brasil, usualmente, se emprega o conceito de mídia regional em oposição aos conglomerados que atuam no âmbito nacional, localizados no eixo Rio-São Paulo. O regional não raramente aparece como sinônimo de local, prevalecendo, deste modo, certa imprecisão para se referir a mídia local, regional e nacional. Neste cenário, a obra *Brasil e as suas mídias regionais: estudos sobre as regiões Norte e Sul* contribui para preencher uma lacuna neste campo de pesquisa. Avança ao propor uma abordagem sistêmica para compreender a organização midiática nacional, assim como para os estudos comparados de comunicação ao associar geografia e política para o estudo da complexidade midiática brasileira.

A autora se distancia de duas abordagens tradicionais da mídia regional categorizadas no livro como *perspectiva relacional assimétrica* e *superlocal*. A primeira “condiciona sua existência às assimetrias [da mídia regional] com a mídia nacional. Entende o regional como um grupo homogêneo, sem diferenças” (p. 29). A outra concepção particulariza a mídia regional sem problematizar distintos níveis de desenvolvimento entre elas. Ao comparar as duas abordagens, Pinto (2017a, p. 39) sublinha que na “perspectiva relacional assimétrica a diferença recebe um viés negativo e de inferioridade, já a superlocal supervaloriza e isola os contextos midiáticos regionais”.

Diante da configuração da comunicação em redes ou em um sistema, na definição da autora, verifica-se certa fragilidade de fronteiras entre o regional e o nacional, já que ambos se aglutinam por meio da constituição de redes com as afiliações dos grupos locais àqueles de atuação nacional. Neste cenário, na

obra entende-se “as mídias regionais como integrantes da mídia brasileira e não apenas como um conjunto homogêneo e menor de veículos” (p. 53).

Baseado na teoria dos sistemas (Bertalanffy, 1997), no qual sistemas são definidos como abertos e com interação entre os seus componentes, Pinto (2017a) compreende a mídia brasileira como um sistema construído a partir de “uma perspectiva relacional: estabelecida entre o sistema midiático de referência nacional e os diversos subsistemas regionais [...]. Os subsistemas são entendidos como autônomos e integrantes do sistema midiático, assim como o subsistema de referência nacional” (p. 81).

Quanto à autonomia dos subsistemas regionais, precisa-se pontuar que embora seja uma relação de interesses (o nacional precisa do regional para ampliar a cobertura, enquanto o regional do conteúdo nacional para complementar a grade de programação), nem sempre este é um relacionamento pautado na equidade. Nas palavras de Kurth (2006, p. 187), “a rede representa uma unidade, [...] não necessariamente a soma das partes, ela tem seus próprios interesses, e muitas vezes dissonantes da emissora regional”. Ou seja, pode prevalecer nesses contratos assimetrias de poder no qual o nacional dita as regras que devem ser seguidas pela mídia regional.

O estudo apresenta a configuração da mídia como um sistema, cada região brasileira constitui um subsistema que internamente foram divididos em *supraestaduais* formado por grupos que atuam fora do limite do estado-sede; *estaduais* – atuação limitada à área geográfica do referido estado; e *subestaduais* – de abrangência mais restrita a alguns municípios ou microrregiões dentro dos respectivos estados. Ao analisar a disposição dos veículos de comunicação nos estados é interessante perceber seus modos de organização tanto geográfica (âmbito de atuação) quanto a capacidade de associar-se a grupos nacionais. Na Região Norte, por exemplo, os grupos supraestaduais são todos filiados à Rede Globo e nos outros dois subníveis predominam os laços com Record, SBT, Band e Rede TV. Na Região Sul, os supraestaduais estavam vinculados à Rede Globo e Record, mantendo as demais redes laços com emissoras com abrangência mais restrita.

O livro traz uma extensa pesquisa comparativa entre as regiões Norte e Sul, envolvendo seis categorias de radiodifusão emissoras de rádio (FM, OC, OM, OT), geradoras e retransmissoras de TV, além de jornais. Foram analisados 1.216 veículos de comunicação, localizados em 87 cidades e vinculados a 69 grupos midiáticos. Relevou a diferença de desenvolvimento entre as duas regiões analisadas, na região Sul foram encontradas 658 outorgas e 320 na Norte. A disparidade se manteve entre os jornais, 167 no Sul e 72 na Norte.

O mercado regional no Norte é centralizado geograficamente nas capitais, com poucas outorgas e jornais disponíveis no interior dos estados. Sete capitais concentram 47,7% das mídias e 65,8% da população. Foram identificados 34 políticos como concessionários/proprietários, vinculados a 26 dos 40 grupos midiáticos desta região. Na região Sul, a diversificação e descentralização eco-

nômica demonstra melhor distribuição dos veículos de comunicação entre aos municípios de cada estado. Ao todos foram encontrados 29 grupos, 11 deles com vínculos políticos. Comparativamente ao Norte do país, em que 65% das organizações midiáticas estão vinculadas a políticos, no Sul o porcentual é de 38%.

Cabe fazer uma ressalva sobre a dificuldade de fazer cruzamento de nomes de políticos ou familiares como concessionários de radiodifusão, assim como torna-se complicado adotar outros critérios para ampliar o entendimento do uso político das concessões. Considera-se, portanto a relação formal de políticos/parentes que aparecem como sócios nas outorgas. Contudo, pode-se questionar se grupos como RBS não possui relações políticas – mesmo que essas não sejam tão explícitas. Do referido grupo foi eleita como senadora Ana Amélia Lemos (PP-RS). A parlamentar atuava como comentarista política e diretora da sucursal RBS em Brasília, além do seu ex-marido Octávio Omar Cardoso ter sido senador biônico pela Arena – partido que dava sustentação ao regime militar (Carta Capital, 2014).

Entre as principais conclusões apontadas pela autora é a diferença entre os subsistemas Norte e Sul como a centralização midiática mais comum na primeira região, demonstrando como o econômico contribui para a configuração do mercado midiático. É perceptível a valorização da mídia regional pela autora, e por outro lado contribui para desconstruir a imagem de que as mídias tradicionais perderem relevância no cenário nacional. Tanto que houve aumento no número de geradoras nas duas regiões estudadas, na Norte passou de 27 para 40 e no Sul de 59 a 71 (p. 259). Adiciona-se ainda o fato de com o golpe político-institucional a distribuição de outorgas para aliados políticos, assim como alteração das regras para outorgas de radiodifusão retirando as poucas obrigações dos concessionários (Barbosa, 2017; Pinto, 2017b).

O livro resenhado, resultado da tese de doutorado no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal Fluminense (UFF), constitui uma agenda de pesquisa para alguns anos. Pode envolver estudos comparados com outras regiões, além do Norte e Sul; a reconfiguração dos mercados – como exemplo – a saída da RBS do mercado catarinense em 2016, entre outros. Além disso, abre a possibilidade para se aprofundar alguns aspectos trazidos pela autora como análise da programação regional com abordagem quali-quantitativa, a relação mídia e política e as novas possibilidades de negócios com a internet que estão sendo incorporados por novas e empresas já consolidadas no cenário midiático.

Ivonete DA SILVA LOPES

Universidade Federal de Viçosa, Brasil / ivonetesilvalopes@gmail.com

Referências bibliográficas

- Barbosa, B. (2017, marzo 29). O escárnio de Temer com as concessões de rádio e TV. *CartaCapital*. <https://bit.ly/2nhES7Z>.
- Carta Capital. (2014, septiembre 15) Ana Amélia Lemos foi servidora do Senado enquanto era diretora da RBS. *CartaCapital*. <https://bit.ly/2OU8Yxs>.
- Kurth, E. D. (2006). *A contribuição das afiliadas na formação das redes nacionais de televisão no Brasil: o caso da RBS/Rede Globo em Santa Catarina*. Dissertação [Mestrado em História]. Florianópolis: UFSC.
- Pinto, P. A. (2017a). *Brasil e as suas mídias regionais: estudos sobre as regiões Norte e Sul*. Rio de Janeiro: Editora Multifoco.
- Pinto, P. A.. (2017b, junio 6) Os aliados de Temer na bancada parlamentar da radiodifusão. *CartaCapital*. <https://bit.ly/2rg1OXX>.