

Perfil social y cultural de los jóvenes prosumidores en las facultades de comunicación de Medellín

Social and cultural profile of young prosumers in the Medellín communication schools

German Velásquez García

Comunicador social por la Universidad Externado de Colombia, Especialista en Televisión, Magister en Ficción para Cine y Televisión y Doctor en Estudios Avanzados de Comunicación por la Universitat Ramon Llull. Docente investigador desde 1988. Actualmente docente investigador vinculado al Politécnico Colombiano Jaime Isaza Cadavid. Director del Grupo de Investigación GIC.
gvelasquez@elpoli.edu.co

Fecha de recepción: 06 de abril 2020
Fecha de aceptación: 12 de junio 2020

Resumen

La comunicación en movilidad ha cambiado muchísimos aspectos de la vida moderna al transformar y alterar los cimientos de la comunicación, tanto en el plano personal, como de manera mediática. Los móviles en manos de millones de personas han provocado cambios culturales, sociales y de comportamiento, con consecuencias para los medios de comunicación, la economía, la política y muchos otros aspectos de la cultura humana.

Particularmente, en las facultades de Comunicación, el impacto de esta transformación ha alterado los procesos de formación de los nuevos profesionales. Por esta razón, a través de esta investigación hemos querido trazar el perfil social y cultural de los jóvenes prosumidores que se forman en las facultades de

Abstract

Mobility communication has changed many aspects of modern life by transforming and altering the foundations of communication, both personally and in the media. Mobiles in the hands of millions of people have caused cultural, social and behavioral changes, with consequences for the media, the economy, politics and many other aspects of human culture.

Particularly, in the faculties of Communication, the impact of this transformation has altered the training processes of new professionals. For this reason, through this research we wanted to trace the social and cultural profile of the young prosumers who are trained in the communication faculties of the Aburrá Valley. Understanding how

comunicación del Valle de Aburrá. Comprender cómo usan los móviles, cómo producen con ellos, qué tipo de consumos tienen y cómo interactúan a través de ellos, puede aportar a la comprensión de dicho impacto.

Palabras Clave: Conciencia, Comunicación, Movilidad, TICs

they use mobiles, how they produce with them, what type of consumption they have and how they interact through them, can contribute to understanding this impact

Keywords: Consciousness, Communication, Mobility, ICT

Introducción:

El grupo de investigación en comunicación GIC, se ha trazado como una de sus líneas de investigación principales, analizar el impacto de la comunicación en movilidad y de las grandes transformaciones culturales y tecnológicas generadas por este fenómeno, en la cultura actual. En el desarrollo de esta investigación particularmente se buscó trazar el perfil social y cultural de los jóvenes prosumidores que se forman en las facultades de comunicación de Medellín y el Valle de Aburra.

Hablemos de “grandes transformaciones”. Revisaremos el trabajo de varios teóricos que se han ocupado de la forma como las tecnologías, y particularmente las TICs, impactan en la vida actual de los seres humanos. Desde nuestros lejanos orígenes, las personas, hemos desarrollado técnicas y tecnología de todo tipo. Por tanto, nuestro desarrollo social, psicológico y cultural, está fuertemente influido y condicionado por estos procesos y por estos objetos que pasaron de ser recursos para la supervivencia, a convertirse en ciencia, producción tecnológica, industria y comercio. Pero ¿cómo influye todo este aparataje tecnológico en la conciencia y en la identidad de los seres humanos? ¿Por qué apoyamos nuestra existencia y las relaciones entre nosotros mismos en tantos aparatos, objetos, recursos y mecanismos externos?

Para comprender el tema de la cultura y de las complejas relaciones de comunicación que hemos generado actualmente, valdría la pena comprender, que son la conciencia y la identidad para los humanos. Roger Bartra (2006), habla de la conciencia y los sistemas simbólicos en su ensayo titulado “*Antropología del Cerebro*” y habla de lo que él considera que son estas características de la psiquis humana. Intenta explicar el concepto de la identidad humana “vista como un enjambre de símbolos y procesos culturales que giran

en torno al yo, un ego que se expresa primordialmente de forma individual, pero que adquiere dimensiones colectivas variadas”, (Bartra, 2006, p.11). Aborda por tanto su principal expresión, la conciencia. Para este autor, es el singular hecho de “*ser consciente de estar consciente*” “*conocer con otros*”, “*conocimiento compartido socialmente*”. Lanza una hipótesis, a través de la cual afirma que, durante el proceso evolutivo de los seres humanos, los grandes cambios a los que se vio sometida la especie generaron desadaptaciones biológicas y profundos sufrimientos. El cerebro de aquellos hombres primitivos se vio enfrentado a la necesidad de solucionar problemas que aparentemente estaban más allá de sus capacidades, pero en vez de detenerse ante la incapacidad, “se genera una prótesis mental para sobrevivir a pesar del intenso sufrimiento.” (Bartra, 2006 p. 22). Dicha prótesis es mental, no corpórea, es decir, no somática, pero apunta a substituir los problemas somáticos que tenía la especie en ese momento. Es “en realidad una red cultural y social de mecanismos extra-somáticos estrechamente vinculada al cerebro”. Se genera una “poderosa conciencia individual...En su origen esta conciencia es una prótesis cultural (el habla y el uso de símbolos), que, asociada al empleo de herramientas, permite la supervivencia...” (Bartra, 2006, p. 23). De acuerdo con estas afirmaciones, hay que suponer que las limitaciones físicas y somáticas del cerebro se substituyen por mecanismos externos que funcionan como si fueran parte de los circuitos neuronales. La evolución llevó a que los seres humanos en su proceso evolutivo, “adquieran genéticamente una dependencia neurofisiológica del sistema simbólico de substitución”. Dicho sistema simbólico se transmite a través de los complejos mecanismos que hemos generado de forma cultural y social. Es a esto, a lo que denomina el “*exocerebro*”. (Bartra, 2006, p. 24).

Como podemos ver, afirma que la cultura es producto de la evolución, que se asocia profundamente a los

mecanismos cerebrales y neuronales que hemos desarrollado como especie a lo largo de este proceso, y que dependemos de los circuitos sociales y culturales para el funcionamiento biológico y psicológico del cerebro y de nuestra propia psiquis y conciencia. Por miles de años los seres humanos hemos producido formas culturales, sistemas simbólicos, mecanismos de comunicación, evolucionando a la par con este proceso y creando con ello formas cada vez más complejas en las relaciones sociales. Afirma Bartra (2006), que esa prótesis cultural está fuertemente unida al uso de herramientas, lo que nos muestra la esencia evolutiva de la especie. Realidad que se ha vuelto cada vez más compleja pero que ha permanecido constante hasta los días actuales. “La prótesis cultural de la cual dependemos hoy los seres humanos, similar a la de aquellos hombres prehistóricos, pero mucho más compleja, se ha hecho cada vez más dependiente de las tecnologías de comunicación generadas en las últimas décadas”. Este es el aspecto que nos interesa observar, para llegar al análisis de los impactos de la comunicación en movilidad, sobre la sociedad en general, y sobre la manera como se forman de jóvenes comunicadores en particular.

¿Cuál es el impacto que los objetos y los procesos tecnológicos desarrollados por los seres humanos, tienen sobre el pensamiento y los procesos cognitivos de la especie? ¿Cómo transforma la tecnología nuestras relaciones y nuestros procesos de comunicación? No tenemos una respuesta, pero, lo que sí podemos decir, es que la prótesis cultural desarrollada por los seres humanos está fuertemente influenciada por los desarrollos tecnológicos en cada etapa de nuestra historia. Surge entonces la pregunta: ¿Cuál es la forma que toma hoy esa prótesis cultural?

Probablemente la propuesta teórica que hace Josep M. Catalá Doménech (2010), en su libro *La Imagen Interfaz* nos dé algunas pistas. En los inicios de la cultura, el lenguaje oral marcó las formas de relación de los seres de aquella época. Por tanto, la narración oral, el cuento, y la transmisión de conocimientos a través de historias, dejaron su impronta en la manera en que aquellas personas se relacionaban con el conocimiento adquirido por la colectividad. Fueron miles de años. Pero al aparecer la escritura, que “... en su momento, impulsó un cambio cognitivo semejante a situar el pensamiento en una nueva dimensión, la de

la página escrita: a partir de ese momento se empezó a pensar de forma diferente”. (Catalá, 2010, p. 19, 20). Cada desarrollo tecnológico y cultural, condiciona y a su vez transforma, la manera como pensamos, como nos relacionamos con el mundo circundante, y como asumimos la comunicación y el conocimiento. Para Catalá, “el saber se estructura culturalmente a través de amplios modelos mentales, a los que denomina **modelos mentales antropológicos**”. Cada época y cultura de la historia humana ha funcionado e interactuado a través de estos modelos mentales, que son los que permiten materializar el pensamiento, el lenguaje y la cultura en general. Todos los modelos mentales han estado relacionados con las tecnologías de su época, sin embargo, nunca como en los tiempos actuales, había habido un aparato tecnológico tan poderoso: “nunca la tecnología y las propiedades del modelo habían estado tan unidas como ahora” (Catalá, 2010, p. 21). Para este autor, la humanidad actual vive y se comunica dentro de un modelo que él llama “La Forma Interfaz”, un nuevo modelo mental “de carácter esencialmente audiovisual, pero su condición compleja le permite establecer una adecuada relación con la escritura, así como con el pensamiento racional basado en los procesos simbólicos” (Catalá, 2010, p. 22). De la misma manera que funciona la interfaz gráfica de una computadora, el pensamiento interfaz es un “*espacio para las relaciones... partes activas que confluyen en un punto*”. Sintetizando un poco lo que plantea Catalá, el modelo interfaz, es un espacio de intercambio de conocimiento de carácter interdisciplinar, relacional, y tecnológico (representado fielmente por la interfaz de la computadora) que refleja una nueva manera de acceder y gestionar el conocimiento y la comunicación en los tiempos actuales.

Conciencia, complejos constructos culturales y sociales asociados genética y biológicamente al cerebro, tecnología y desarrollo de modelos mentales. Al pensarlo de esta forma, nos permite relacionar lo anteriormente expuesto, con los trabajos de otro autor que habla de “Multitudes Inteligentes” (Rheingold, 2002). “Las multitudes inteligentes están formadas por personas capaces de actuar conjuntamente, aunque no se conozcan”. Esto es posible, gracias a los potentes desarrollos tecnológicos de estas últimas

1 Negrilla en el texto del autor

décadas. La “*prótesis mental*”, (Bartra, 2006), de los días actuales sería el “*modelo Interfaz*” (Catalá, 2010), influenciado por los avances tecnológicos en el campo de las comunicaciones, empoderando a los actuales grupos sociales a través de las TICS. Rheingold afirma que las “Killer Apps más potentes no serán las aplicaciones, ni el hardware sino las prácticas sociales”, (Rheingold, 2002, p. 18). La convergencia de medios digitales y los dispositivos móviles transformaron los comportamientos de la gente, al crear canales horizontales de comunicación y con ello nuevas y complejas formas de expresión cultural.

Este fenómeno de la comunicación entre las multitudes, horizontal, no jerárquico, que hoy llamamos Redes Sociales, ha sido estudiado por el maestro catalán Manuel Castells. En sus libros *Comunicación y Poder* (2009) y *Redes de Indignación y Esperanza* (2012), analiza cómo “el poder depende del control de la comunicación, al igual que el contrapoder depende de romper dicho control” (Castells, 2006, p. 23). La comunicación se encuentra en el centro de la actividad y de las dinámicas de toda sociedad. Por lo que su hipótesis de trabajo “es que la forma esencial de poder está en la capacidad para modelar la mente. La forma en que sentimos y pensamos, determina nuestra manera de actuar, tanto individual como colectivamente” (Castells, 2006, p. 24) Analiza como las nuevas estructuras construidas alrededor de las redes digitales de comunicación, se convierten en el espacio de lo que llama la “*sociedad red*”, y afirma que ésta es el nuevo “*contexto organizativo y tecnológico*”, en el cual se produce toda la construcción y procesamiento del simbolismo de nuestra época. “*La autocomunicación de masas*”, sería la nueva forma en que los usuarios adquieren autonomía en relación con los medios de comunicación masiva tradicionales, puesto que ahora se han convertido en emisores y receptores de mensajes.

En *Redes de Indignación y Esperanza* (Castells, 2012.), afirma: “la lucha de poder fundamental es la batalla por la construcción de significados en las mentes” (p. 23). Bartra y Castells coinciden en la concepción que tienen de la cultura humana: “el ser humano construye significados al interactuar con su entorno natural y social, interconectando sus redes neuronales con las redes de la naturaleza y las redes sociales” (Castells, 2012, p. 23). Estos procesos de autocomunicación y

de generación de una comunicación horizontal, que se opone a la comunicación “oficial” de los medios de comunicación de masas, los gobiernos y las grandes empresas, es lo que Castells llama el contrapoder. El espacio donde se ha dado este acelerado proceso de subversión comunicativa, han sido las redes de Internet y los medios móviles de comunicación. A partir de este corto análisis sobre el fenómeno de la comunicación y la cultura, nos detendremos en los fenómenos actuales generados por la digitalización de los medios y la convergencia mediática, todos ellos, de base tecnológica, pero de manifestación cultural y social que claramente pueden enmarcarse en las teorías anteriormente expuestas.

La digitalización de la información generó un fenómeno de grandes proporciones culturales, sociales, económicas y políticas, que conocemos como convergencia de medios. La entendemos principalmente como la manera en que las personas comenzaron a utilizar, gestionar, producir y reproducir la información. Henry Jenkins (2006) en su libro “*Convergence Culture*”, observaba que esta es: “flujo de contenido a través de múltiples plataformas mediáticas, la cooperación entre múltiples industrias mediáticas, y el comportamiento migratorio de las audiencias mediáticas” (p.14). Para este autor, la convergencia ocurre principalmente en la mente de los consumidores de los medios y se expresa y toma forma en la interacción social de miles de personas que actúan en los nuevos medios interactivos digitales. La convergencia mediática es la expresión más actual de esa gran prótesis mental que es la cultura para la especie humana.

Otro asunto importante es la “pantallización” de la vida y de la cultura humana, pues casi todas las formas de comunicación mediatizadas pasan por algún tipo de pantalla. Así lo advierte Israel Márquez (2015), cuando afirma que: “podemos debatir sobre si nuestra sociedad es una sociedad del espectáculo, del simulacro, líquida, posmoderna, hipermoderna...pero es sin duda una sociedad de la pantalla” (Márquez, 2015, p. 10). Los profundos impactos que tiene nuestra relación con las pantallas, ha sido estudiada ampliamente por otros autores entre los cuales destaca Sherry Turkle, (1997, 1984), quien ha explorado la identidad y el yo a través de la pantalla, tratando de comprender como se transforman la conciencia y la identidad de las

personas cuando media este artilugio tecnológico. Juegos de identidad, cibersexo, rechazo de la propia corporeidad, anonimato detrás de la pantalla. Basta observar la actitud voyerista, casi religiosa, que ha tomado la selfie y todas sus formas expresivas, en nuestra época.

Georges Amar (2011), analiza como la “movilidad” urbana, han venido generando un cambio de paradigma, motivado especialmente por las TIC, puesto que ocurre “una evolución profunda y simultánea de los usos, de las herramientas, de los actores, y finalmente de los valores e imaginarios de la movilidad urbana” (Amar, 2011, p. 13). El concepto de movilidad actual incluye aspectos como las relaciones y vínculos o consumos mediáticos creados o sucedidos a través de las TIC en momentos “muertos”, como es el caso del transporte o de los tiempos de espera en salas, bancos, oficinas y otros lugares urbanos en los cuales la gente tiene que esperar. Por eso Amar habla de “la *“persona móvil”, multimodal y comunicante, co-creadora y co-productora de su propia movilidad*” ... “la *inteligencia “distribuida” entre individuos equipados con smartphones cada vez con más aplicaciones, transformará la gestión en el tiempo real de la movilidad.*” De una manera similar, Roberto Igarza (2009), analiza los cambios en los consumos culturales de la mano de la comunicación en movilidad. Para este autor, el internet móvil y los dispositivos de comunicación móvil han generado un cambio radical en la forma como se consumen los contenidos y los productos culturales a través de los medios digitales.

Creemos, que a la par con nuestra evolución como especie, y de la mano de la “explosión tecnológica” de esta época, se han producido muchos cambios en la cultura humana y en las formas de comunicación, y esto necesariamente debe ser tenido en cuenta en las facultades de comunicación.

Haremos referencia finalmente a varias investigaciones que se han centrado en esta misma temática, ya que podemos evidenciar que la preocupación del impacto de la digitalización de los medios y la posterior convergencia mediática en la formación de comunicadores es común a muchas escuelas y facultades de comunicación en toda Iberoamérica. Ya desde la primera década del siglo XXI, profesores de diferentes facultades de

comunicación y periodismo se preguntaban sobre el impacto que los cambios en el ecosistema mediático tendrían sobre la formación de comunicadores y los currículos académicos de las facultades de comunicación. Ya desde la década pasada, académicos e investigadores se estaban preguntado sobre el impacto de la digitalización en la enseñanza de la comunicación y el periodismo, (Villalobos, Montiel, 2005; Scolari, 2007; Soler y Aguilar, 2009), anticipándose bastante a muchas otras universidades e instituciones. La inquietud principal se centraba alrededor de si los currículos académicos ya estaban desfasados para la época y los cambios que estaban ocurriendo. Ya se hablaba incluso de que “estábamos ante presencia de nuevos medios de comunicación” (Villalobos, Montiel, 2005), y se preguntaban si las escuelas de comunicación estaban respondiendo adecuadamente a este reto. Scolari por su parte afirmaba que: “La expansión de los medios digitales ha tomado por sorpresa a las instituciones donde se preparan los futuros comunicadores. El ritmo acelerado que la tecnología ha transmitido a todas las actividades sociales ha dejado a las carreras de comunicación hasta cierto punto desfasadas respecto a la realidad”. En 2017, se defendió una tesis de Maestría en la Universidad de Ambato, que trataba sobre la formación de comunicadores y su relación con los requerimientos de la comunicación digital (Vega, 2017). En ese mismo año, la revista *Comhumánitas* especializada en Comunicación, publicaba un artículo producto de investigación sobre la integración de la cultura digital en la formación de comunicadores en el Perú, en el cual se afirma que ya no se concibe un profesional que no sea interactivo, multimedia y multiplataforma, preparado para actuar en los entornos digitales, para lo cual debe ser formado (Yezers’Ka y Zeta de Pozo, 2017). Casi todos los trabajos investigativos coinciden en señalar la importancia de formar a los futuros profesionales en las complejas competencias comunicativas digitales.

Metodología

La metodología usada para este proyecto consistió en un proceso que combinó estrategias y herramientas de investigación cualitativa y cuantitativa, ya que por un lado necesitábamos obtener datos estadísticos del uso de los dispositivos móviles para obtener los perfiles de uso que los estudiantes dan a estos

objetos; y por otro, conocer la forma como social y culturalmente, estos usan sus móviles, lo mismo que los intereses y formas de ser prosumidores. Esencialmente, fue un trabajo de campo, ya que la recolección de datos se hizo visitando las facultades y en contacto directo con los estudiantes objeto de estudio. En cada una aplicamos técnicas de muestreo y procesos de observación directa de los jóvenes objeto de estudio, y posteriormente de los estudiantes prosumidores elegidos para realizar el análisis en profundidad. El enfoque dado a la investigación fue el de estudio de caso, porque los análisis cualitativos se centraron en las charlas y entrevistas sostenidas con los estudiantes (prosumidores), seleccionados por nosotros para el análisis.

Este trabajo estuvo combinado con la recolección de datos estadísticos a través de encuestas y entrevistas, que nos permitieron elegir los individuos para el análisis en profundidad. Se utilizaron las entrevistas semiestructuradas que permitieron trazar el perfil de los prosumidores que actúan en las redes y en los medios móviles. Si bien los datos estadísticos fueron la materia prima que nos permitió sustentar el análisis cualitativo, es el trabajo específico con los jóvenes seleccionados para las entrevistas, y la información obtenida a través de ellas y de los grupos focales de donde surge lo que hemos llamado el Perfil de los jóvenes prosumidores.

La población objeto de estudio de la investigación fueron los estudiantes de ocho facultades de comunicación del Valle de Aburra. Las universidades de Antioquia, Pontificia Bolivariana, Medellín, Luis Amigó y Eafit; y de las instituciones universitarias Politécnico Colombiano JIC, Cooperativa de Colombia y Lasallista. Se diseñó una muestra probabilística compuesta por 1027 estudiantes, estratificada de acuerdo con el número de estudiantes de cada una de las facultades. Se diseñó con el concepto de máxima muestra y tiene un nivel de significancia del 95% y un error máximo del 5%. Las siguientes son las principales características que definen a dicha población.

Hay tres facultades de mayor tamaño, que en el estudio poseen 21%, 19% y 18%, para un total de 58% de los estudiantes de comunicación en el Valle de Aburrá. Hay dos facultades con 12% cada una y las tres restantes, poseen un 6% de la población

cada una. El 64% de toda la muestra es de Género femenino y el 36% masculino, también estratificado por género, lo que nos sitúa frente a una disciplina estudiada principalmente por mujeres. La gran mayoría de los estudiantes tienen entre 18 y 23 años, aunque hay estudiantes que llegan a superar los 45 años, pero son una minoría. En el tema de la edad, el género femenino se encuentra aún más concentrado puesto que el 90 % de las estudiantes tienen entre 18 y 22 años, mientras que los hombres están entre los 18 y los 26 años. Más del 80% pertenece a los estratos sociales medios.

Las encuestas o cuestionarios se utilizaron en la primera parte de la investigación para la recolección de información relacionada con el uso de los móviles y el tipo de conectividad que poseen. Las entrevistas se realizaron con un grupo de estudiantes elegidos por los investigadores, de forma estratificada, de acuerdo con el porcentaje de cada universidad. Dichos estudiantes fueron seleccionados a partir de la observación directa de las características presentadas por cada uno durante el proceso de las encuestas. Las preguntas 16 a 23 indagaban al estudiante si se consideraba prosumidor, y sobre cuáles eran sus intereses y sus actividades en red, para trazar el perfil de trabajo y sus características, así como los métodos de trabajo y los intereses que motivan su actividad. Se entrevistó, por tanto, a 36 estudiantes seleccionados (6 en la UdeA, 4 en el Politécnico JIC, 3 en la Salle, 7 en la U de M, 4 en la Bolivariana, 2 en Eafit, 8 en la Luis Amigo y 2 en la Cooperativa). Estas entrevistas fueron la base del perfil Social y Cultural de los Jóvenes Prosumidores en las Facultades de Comunicación del Valle de Aburra. También se desarrollaron 2 grupos focales, con asistencia de estudiantes del grupo anterior, con el objetivo de reforzar la información obtenida en las entrevistas.

La información de las encuestas fue procesada a través de métodos estadísticos diseñados por 2 profesores de esa área que colaboraron con la investigación. Se aplicó incluso un modelo de regresión logística, usado para establecer la asociación entre las variables observadas en los estudiantes con la variable de interés. Tiene como objetivo establecer el efecto de ocurrencia de un evento asociado a la variable respuesta como función de un conjunto de variables independientes. La información obtenida de las entrevistas ha sido procesada a través del software

Atlas Ti, especializado en el procesamiento de datos de carácter cualitativo.

El proceso metodológico se desarrolló en cinco etapas: Primera, Construcción de las categorías de estudio y análisis para la construcción de los instrumentos de recolección de información. Segunda, Diseño de la muestra poblacional y de los instrumentos de recolección de información. Tercera, Aplicación de los instrumentos. Cuarta, Procesamiento de la información recolectada. Quinta, Análisis y conclusiones.

Resultados

Esta investigación fue bastante extensa, por lo que no es posible exponer detalladamente los datos obtenidos. Adicionalmente, dichos datos estadísticos y las tablas comparativas solo resultarían útiles para quienes trabajen o desarrollen investigaciones similares, por lo que estos se encuentran disponibles en una página web² que fue dispuesta para mostrar los avances, productos y resultados de este proyecto. Por esta razón, presentaremos brevemente los resultados cuantitativos obtenidos en el estudio, para centrar nuestra atención en los resultados cualitativos.

El 99.6% de los estudiantes declararon que poseen un dispositivo móvil. El 80%— se conecta a datos con su compañía de telefonía, y combina esta práctica con el uso de wifi en lugares públicos. Estos dos datos nos dan idea de la gran importancia que conceden al móvil. El 57.8% tiene algún tipo de conexión prepago, y el 42% que la tiene postpago, lo que indica que este es uno de los gastos prioritarios de los jóvenes. Asumiendo entonces que el móvil es prioridad para ellos, veamos en que lo usan y que consumen a través de él.

El 95% de los estudiantes declaró que el uso principal del móvil es la comunicación (llamadas, chat, correo). El 92% usa frecuentemente el móvil para el entretenimiento. El 88.6% declara que frecuentemente o con alguna frecuencia usa el móvil en actividades académicas. El 91% usa el móvil para actividades de Planificación y organización. El 66% usa el móvil frecuentemente para trabajar (Laboralmente). 92.5% de los estudiantes hace

uso del móvil para la búsqueda de información. Porcentajes muy altos de los estudiantes declararon que consumen todo tipo de contenidos desde su móvil (cortos, videos, blogs, prensa, películas, fotografías, etc.)

El 48.5% de los estudiantes se consideran a sí mismos prosumidores. El 66.5% contestó que produce contenidos para la red, lo cual mostró que un 17% que producen no se consideran prosumidores (aunque lo sean). Los motivos que los estudiantes esgrimieron para ser prosumidores son muy variados; Trabajo, academia, formación propia, adquirir conocimiento, hacer hoja de vida, vender su imagen o por gusto y placer. Igualmente es muy amplia la variedad de temas y contenidos que suben a la red y este corto escrito no permite exponerlo en profundidad. Se presenta entonces los resultados del análisis cualitativo.

Los jóvenes estudiantes hoy se ven a sí mismos como personas “móviles”, pues asumen que la tecnología “crea una especie de circuito entre humanidad, tecnología, y comunicación, reforzando ese movimiento”³, Piensan que los móviles son parte integral de dicha posibilidad pues dan una cierta ubicuidad que nos brinda la posibilidad de estar en varias partes al mismo tiempo. Ni siquiera se asume una diferencia entre estar presencial o virtualmente. Se asume la posibilidad de estar ubicuamente. Particularmente los jóvenes construyen su identidad y sus relaciones en un ambiente de constante movilidad y a partir de sus dispositivos móviles y del acceso a las redes de información. Esto brinda posibilidades de obtener y compartir información, realizar todo tipo de tareas de forma no presencial, divertirse, trabajar, comunicarse y muchas otras actividades. De forma muy interesante, vemos que el análisis crítico de lo que acarrea toda esta nueva realidad no está ausente de la mente de muchos estudiantes que también nos hablaron de los efectos negativos que observan en esta nueva realidad: desconcentración, erosión de las relaciones personales, despersonalización del otro, ausentismo.

Aspectos tan particulares como el de la Religancia, -concepto nacido de las ciencias sociales, propuesto

2 <https://prosumidoresenred.wixsite.com/prosumidoresenred>

3 Los textos en cursiva de este epígrafe son respuestas textuales de estudiantes que fueron entrevistados

por el sociólogo belga Marcel Bolle de Bal, cuyo significado es el: “acto de unir, de unirse y su resultado” (Amar citando a Bolle de Bal, 2011)-, es asumido por los jóvenes de forma tan natural que parece que no hubiera sido así en todos los tiempos. El uso de la comunicación a través de redes sociales genera en los jóvenes un tipo de conciencia diferente al de las generaciones anteriores, que aun perciben la brecha entre el mundo “real” y el mundo “digital o virtual”. Los jóvenes de hoy trabajan pasando de “un mundo al otro” sin establecer diferencia alguna, pueden saltar de una herramienta analógica a una digital con la misma naturalidad y facilidad con la que usan el móvil de forma orgánica, es decir como si no fuera una prótesis tecnológica, sino una extensión del propio cuerpo. No en balde hoy se habla de la tribu del pulgar

El concepto de prosumidor, inicialmente propuesto por Alvin Tofler (1979) en un contexto muy diferente al actual, es retomado por Jenkins (2008) para describir al nuevo actor del ecosistema mediático, aquel que consume, pero a la vez es productor de contenidos para sí mismo o para otros. A pesar de que muchos estudiantes no manejaban el concepto académico que se les expuso, si lo comprendían al momento y se lo apropiaban considerando que ya lo eran. Cerca del 95% de los estudiantes dio una respuesta directa y sencilla, que nos demostró que comprendían muy bien el concepto de prosumidor y que no dejaba dudas del porqué se consideran a sí mismos en ese rol: “porque creo y produzco contenidos”... “comparto lo que hago”. Un estudiante afirmaba categóricamente: “Me considero prosumidor porque pasé de ser un simple espectador a ser realizador. La práctica y el error son una escuela maravillosa y aprendes mucho de ello. Hoy muchos jóvenes sentimos la necesidad de producir y realizar en el medio”, mientras otro de una manera más sutil decía: “Una publicación puede generar otra o generar una opinión y esto enriquece la experiencia”. Un amplio número de estudiantes considera que es prosumidor porque trabaja en YouTube produciendo videos, compartiendo materiales y consumiendo lo que le interesa; por tanto, hay estudiantes que argumentan que a la vez que aprenden de lo que encuentran en la Red, comparten lo que conocen, las técnicas de trabajo, los conocimientos que han adquirido incluso de otros youtubers.

Un porcentaje muy alto, cercano al 40% de los entrevistados, contestó que se apoya en los

móviles con el objetivo de desarrollar su actividad como prosumidores. Desde sus móviles producen contenidos, toman fotos, realizan videos, postean e interactúan con sus audiencias. Esto nos muestra la importancia que ha adquirido el móvil entre nuestros jóvenes estudiantes para el desarrollo de sus actividades y, adicionalmente, nos indica cómo está surgiendo la figura del prosumidor en nuestras facultades de comunicación.

Un tema importante que se trató con los estudiantes en las entrevistas tiene que ver con el concepto de la “vida en pantalla” que se vive actualmente. Fue sorprendente encontrar que las posturas son altamente polarizadas, pues muchos estudiantes lo aprueban y otros por el contrario poseen una actitud negativa hacia esa experiencia. Una tercera parte condena la experiencia de una vida en pantalla y la ve como algo negativo, otro porcentaje similar le ve ventajas, pero también aspectos negativos. La vida en pantalla distancia las personas, afirman algunos, se abusa de esa experiencia y esto afecta la emocionalidad de las personas. Se crea una disrupción con el entorno inmediato al privilegiar al mundo virtual. Un grupo más pequeño de estudiantes es proclive a la vida en pantalla y resalta las muchas posibilidades y ventajas de esta actividad. Sin embargo, los investigadores pensamos que el concepto de vida en pantalla no está bien comprendido por los estudiantes, pues hace referencia a muchas actividades diarias en donde media este artificio.

Discusión y conclusiones

Partimos de la idea de que la transformación de la telefonía móvil celular convirtió y configuró el dispositivo como nuevo medio: “el medio móvil”. América Latina ha entrado a la era de la comunicación en movilidad un poco más tarde que Europa y otras regiones del mundo. En el año 2013 apenas se iniciaba en Colombia y otros países de la región su masificación, pero en solo 6 años, la “explosión” de la comunicación en movilidad y la masificación de dichos dispositivos, ha sucedido de forma tan acelerada y ha transformado tanto a la sociedad y a la cultura colombiana, que a partir del trabajo desarrollado al interior del grupo de investigación en comunicación GIC, comenzamos a considerar que el impacto que se generó en los medios y en la comunicación mediada en este país, terminaría por convertirse

en un problema, ya que creaba un desfase entre el currículo y la realidad del medio, y por tanto en un factor de transformación curricular al interior de la facultad. Surgieron entonces preguntas acerca de los cambios, que en el actuar de los jóvenes estudiantes, induciría el uso de los móviles, que ya causaban transformaciones en el ecosistema mediático. En sólo algunos años, hemos observado grandes transformaciones en la forma como se comunica la gente, en las formas de consumo cultural, en el acceso cada vez más transmidiático a los contenidos, en la forma de producir y realizar dichos contenidos mediáticos. Y por supuesto, hemos podido observar que los currículos académicos han comenzado a tener, de forma cada vez más rápida, un desfase bastante importante entre lo que se enseña y lo que realmente necesita un joven profesional de los actuales nuevos medios de comunicación.

Sobra decir que nos encontramos en el escenario de la convergencia, donde los medios clásicos afrontan una crisis que los ha transformado y donde las hibridaciones están a la orden del día, donde la aparición y configuración de nuevos medios y de nuevas formas narrativas transforma cada día el consumo cultural. Nuestro joven estudiante, no solamente es un consumidor de medios de esta época, es también un productor de contenidos, un actor de las redes y a través de su trabajo mediático, desarrolla sus habilidades y competencias para afrontar la vida profesional y laboral. Indudablemente la tecnología impacta y transforma la psiquis humana, y a partir de ello es fácil concluir que las mentes actuales, enfrentadas a una alta disponibilidad de herramientas de comunicación, a la maleabilidad de dichas herramientas, a la multiplicidad de canales para la producción de mensajes y contenidos, los transforma en aquello que hoy conocemos como prosumidor. Con mayor razón esto se sucede en los jóvenes estudiantes, con una profunda conciencia planetaria (ciudadanos del mundo), con una actitud cada vez más proclive a los problemas ambientales globales, con una amplia capacidad de usar cada vez más herramientas de hardware y software, interactuando en un plano de relaciones interdisciplinarias, intermediáticas, audiovisuales, o mejor aún, hipermediales en donde el discurso y el mensaje toman todo tipo de formas.

Esto muestra que también se ha producido un profundo cambio en la manera como se conciben los

medios. Para las generaciones anteriores, al hablar de medios se pensaba en los llamados Mass Media (cine, tv, radio, etc.), mientras para los jóvenes de hoy, los medios son multiplataforma, multilinguaje, multiformes, pero no de forma teórica, como lo es todavía para mucha gente mayor, incluidos muchos de los profesores y maestros de las facultades de comunicación, sino de forma orgánica natural, lo que los lleva a generar soluciones mediáticas que se acercan a la forma transmedia.

Lo que podemos observar, comparativamente con las investigaciones realizadas en muchas otras facultades y escuelas de comunicación de la región, es que hay una preocupación común sobre las transformaciones que han ocurrido en el ecosistema mediático y los impactos y efectos que esto tiene sobre la formación de los periodistas, de los comunicadores, de los realizadores audiovisuales y de los publicistas. Muchas investigaciones de este corte se centran en el estudio del currículo académico y lo hacen comparando y analizando los planes curriculares de muchas facultades. Sin embargo, si queremos comprender el fenómeno de una manera más compleja y holística, debemos tener en cuenta la realidad del medio, de la sociedad, de las transformaciones tecnológicas y de cómo todo esto impacta en la formación de nuestros jóvenes profesionales. Esta investigación, que creemos que es un buen insumo para comprender a nuestro joven estudiante prosumidor, puede aportar a la comprensión de las transformaciones curriculares que hoy necesitan las carreras de comunicación.

Nos ha llevado también a la conclusión de que este nuevo joven estudiante, actor de los medios y particularmente de la comunicación en movilidad, que utiliza el móvil como una extensión de su cuerpo, no es el mismo joven estudiante de un par de décadas atrás, que llegaba ansioso de tener entre sus manos una cámara de video y que soñaba con hacer películas. Hoy los medios son múltiples y multiplataformas, y la mente de los jóvenes también lo es. Hoy tenemos un mundo mediático transmedia. ¿Qué pasa con el maestro en este fenómeno que transformó a los jóvenes y a los medios? ¿Se ha transformado también el docente de las facultades de comunicación? El docente de hoy debe ser un aprendiz, puesto que al ritmo que se transforma la tecnología y se desarrollan y transforman los medios, al ritmo que nacen y

desaparecen los canales de comunicación, no hay conocimiento acabado (Tal vez nunca lo ha habido, pero tampoco nunca fue tan notorio) y el maestro con su experiencia debe guiar la experimentación de sus estudiantes y la suya propia para formar esos comunicadores, realizadores, periodistas o cineastas del futuro.

En la Facultad de Comunicación Audiovisual en el Politécnico JIC, nos vienen preocupando estos problemas durante más de 10 años. Por lo pronto hemos construido una metodología de trabajo que busca a través de talleres la solución a problemas y la adquisición de competencias. El currículo está integrado por núcleos, cada uno de los cuales plantea a los estudiantes y a los docentes una problemática a resolver de manera conjunta, lo que nos sitúa a todos los actores del proceso en un tipo de aprendizaje activo, no memorístico, de carácter experimental y empírico, pero sobre todo colaborativo, en donde el estudiante tiene tanto que aportar como el profesor. Creemos en una construcción colectiva y colaborativa del conocimiento y las conclusiones de este trabajo nos muestran que las habilidades y conocimientos adquiridos por los estudiantes en su accionar en los nuevos medios deben ser aplicadas y usadas por los docentes para potenciar el desarrollo académico.

Este tema de los currículos académicos en las facultades de comunicación y medios es un foco de investigación importante para nuestra disciplina hoy por hoy, pues como bien lo dice Catalá, (2010) ninguna ciencia se encuentra mejor ubicada para entender la transdisciplinariedad, por lo menos de las ciencias sociales y humanas. Esperamos que este ejercicio investigativo deje inquietudes que motiven el avance de este campo de investigación de la comunicación.

Referencias bibliográficas.

- Amar, G. (2011). *Homo Mobilis: La Nueva Era de la Movilidad*. Buenos Aires. Editorial La Crujía.
- Bartra, R. (2007). *Antropología del Cerebro*. (2 Ed) México D.F. Fondo de Cultura Económica.
- Català D. J. (2010). *La Imagen Interfaz: Representación Audiovisual y Conocimiento en la Era de la Complejidad*. Bilbao: Universidad del País Vasco Servicio Editorial.
- Castells, M. (2009). *Comunicación y Poder*. Madrid: Alianza Editorial.
- Castells, M. (2012). *Redes de indignación y esperanza: Los Movimientos Sociales en la Era de Internet*. Madrid: Alianza Editorial, ,
- Igarza, R. (2009). *Burbujas de Ocio. Nuevas formas de consumo cultural*. Buenos Aires: Editorial La Crujía.
- Jenkins, H. (2008). *Convergence Culture: La Cultura de la Convergencia de los Medios de Comunicación*. Barcelona: Paidós,
- Márquez, I. (2015). *Una genealogía de la pantalla: del cine al teléfono móvil*. Madrid: Editorial Anagrama.
- Rheingold, H. (2004). *Multitudes Inteligentes: La Próxima Revolución Social*. Barcelona: Editorial Gedisa.
- Pérez T. J. M. (2008). La sociedad multipantallas: retos para la alfabetización mediática. *Revista Comunicar*, 16 (31) 15–25. Recuperado de: <http://www.revistacomunicar.com/pdf/comunicar31.pdf>.
- Soler, P. Aguilar, M. (2009). Recuperado de <http://pedrosolertv.com/images/articulos/20091101-FORMACION-DE-LOS-COMUNICADORES-EN-LA-ERA-DIGITAL-Documento-publicado.pdf>
- Villalobos, F. & Montiel, M. (2005). Formación de Periodistas en el Siglo XXI. *Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación*, 92. 4 – 17.
- Yezers'ka, L. & Zeta de Pozo, R. (2017). Integración de la cultura digital en la formación de comunicadores en Perú. *Comhumanitas: Revista Científica de Comunicación*, 8(1), 61-80.
- Scolari, C. (2008). Proyecto «Comunicadores digitales». La formación de los comunicadores en Iberoamérica ante el desafío digital. *Revista Análisi*, 36, 197–209 Disponible en https://repositori.upf.edu/bitstream/handle/10230/26119/Scolari_ACdCiC_Proj.pdf?sequence=1&isAllowed=y