

UNIVERSIDAD POLITECNICA SALESIANA

SEDE QUITO

CARRERA:

COMUNICACIÓN SOCIAL

Trabajo de titulación previo a la obtención del título de:

LICENCIADO EN COMUNICACIÓN SOCIAL

TEMA:

LAS TIC Y NUEVAS NARRATIVAS

AUTOR

CARLOS ANDRÉS NARVÁEZ NOLIVOS

TUTORA

CRISTINA SATYAVATI NARANJO DELGADO

Quito, julio 2016

Cesión de derechos de autor

Yo/ Nosotros Narváez Nolivos Carlos Andrés, con documento de identificación N° 1715300115, manifiesto mi voluntad y cedo a la Universidad Politécnica Salesiana la titularidad sobre los derechos patrimoniales en virtud de que soy/somos autor/es del trabajo de grado/titulación intitulado: LAS TIC Y NUEVAS NARRATIVAS , mismo que ha sido desarrollado, para optar por el título de: Lcdo. En Comunicación Social con Mención en Desarrollo, en la Universidad Politécnica Salesiana, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

En aplicación a lo determinado en la Ley de Propiedad Intelectual, en mi condición de autor/es me/nos reservo/reservamos los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia, suscribo este documento en el momento que hago entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Politécnica Salesiana.

(Firma)

Nombre: Carlos A. Narváez Nolivos

Cédula: 1715300115

Fecha: 22/06/2016

Declaratoria de coautoría del docente tutor/a

Yo, CRISTINA SATYAVATI NARANJO DELGADO declaro que bajo mi dirección y asesoría fue desarrollado el trabajo de titulación “LAS TIC Y NUEVAS NARRATIVAS” realizado por Carlos Andrés Narváez Nolivos, obteniendo un producto que cumple con todos los requisitos estipulados por la Universidad Politécnica Salesiana para ser considerados como trabajo final de titulación.

Quito Junio 2016



CRISTINA SATYAVATI NARANJO DELGADO

1714208384

Dedicatoria

A mi madre y mis tías por su eterna paciencia e incondicional apoyo.

Índice

Introducción	1
El nuevo escenario en la industria cultural.....	3
Las TIC y las narrativas actuales de socialización	5
TIC y narrativas en el entorno familiar. Se ha modificado la interacción familiar a consecuencia del uso del internet tal como lo hicieron la tv y la radio en su época	9
Metodología	13
Estudio Bibliográfico	14
Resultados	16
Otros espacios y narrativas.....	16
Otras formas de construir identidad	17
TIC y nuevas narrativas musicales	19
El músico como generador de creatividad y de su propio mercado.....	21
Nuevas formas de comercialización.....	24
Depender de las ventas de discos es un escenario ilusorio en la actualidad y de eso están conscientes las empresas disqueras que aún son quienes gobiernan las reglas del juego.	24
Nuevas formas de socializar la música.....	28
Conclusión	31
Referencias.....	33

Resumen

A continuación se reflexionan sobre varios de los cambios más significativos y modificaciones en cuanto a los productos de las industrias culturales y los procesos de comunicación que se encuentran influenciados por las Tics. El texto recoge varios planteamientos en cuanto a los impactos desatados por la era digital, en torno a las narrativas contemporáneas a las que se enfrenta la sociedad, el sentido de lo público y privado en medio de las nuevas redes sociales, el actual consumo - producción musical y cómo la digitalización introduce nuevos lenguajes que dan sentido a la contemporaneidad.

Uno de los principales impactos en la sociedad contemporánea exige el conocimiento de los emergentes sistemas simbólicos digitales. La acelerada revolución tecnológica del siglo XXI ha supuesto traer ventajas y oportunidades acelerando la comunicación, producción, distribución y consumo de contenidos transformando así la organización social y su actual sistema económico, consolidando una perspectiva y visión contemporánea de la humanidad y su entorno, motivo por el cual se amerita una reflexión constante y dinámica.

El internet y la incidencia diaria de las TIC han dado origen a un nuevo entorno simbólico capaz de producir y crear un escenario comunicativo mediante formas de representar digitalmente la realidad, las relaciones sociales, el arte y el conocimiento. Entender e interpretar las consecuencias de las TIC en la comunicación enfrenta a nuevas formas de narrar y dar sentido a la contemporaneidad, formas que modifican claramente la vida diaria, las relaciones de trabajo, la economía y la misma identidad.

Abstract:

Reflection about several of the most significant changes and modifications in terms of products of cultural industries and communication processes that are influenced by the TIC. The text includes several approaches in terms of the impact unleashed by the digital age around contemporary narratives that society confronts; the sense of public and private in the midst of new social networks current consumption-musical production and how digitalization introduces new languages that give new meaning to the contemporaneity.

One of the major impacts in contemporary society demands knowledge of the emerging digital symbolic systems. The accelerated technological revolution of the 21st century has meant to bring advantages and opportunities accelerating communication production, distribution and consumption of content, thus transforming the social organization and its current economic system consolidating a perspective and contemporary vision of humanity and its surroundings reason which is deserves a constant and dynamic reflection.

The daily impact of ICT and the internet have given rise to a new symbolic environment capable of producing and creates a communicative settings through ways to digital represent reality, social relationship, art and knowledge.

Understand and interpret the consequences of them ICT in the communication faces to new forms of narrating and built sense of contemporaneity forms clearly affecting life every day, labour relationship, the economy and the same identity.

Introducción

De acuerdo con Habermas la esfera pública es entendida como el espacio (lugar físico) de la vida social donde se puede construir la opinión pública. El título de “opinión pública” se relaciona con las tareas de crítica y control que practica informalmente la concurrencia ciudadana frente a la dominación organizada del Estado. (Habermas, 1981). Es decir la esfera pública puede concebirse como un lugar de espontaneidad social donde no ejerce ninguna interferencia el Estado, los medios de comunicación o el mercado.

Con el surgimiento tecnológico la sociedad ha percibido diversos cambios en varios niveles, las formas en las que el mundo se describe y se cuenta ha cambiado y uno de los escenarios que más re-significaciones constantes tiene es el de la esfera pública, mismo que incorpora nuevas representaciones e imaginarios, en este sentido las actuales redes sociales como Facebook, WhatsApp o Twitter, principalmente, otorgan a la ciudadanía la posibilidad de expresar y crear sus propios comentarios, reflexiones y análisis sobre cualquier ámbito o tema y en tiempo real.

En relación a este creciente fenómeno social se plantea la forma de entender si las TIC emergen como los “lugares” o “no-lugares” contemporáneos, una nueva orden simbólica donde se amerita el encuentro de nuevas reflexiones en cuanto a los procesos de significación que se suscitan dentro de la web con el afán de poder tener una mejor comprensión de cómo la sociedad se cuenta a sí misma en el espacio virtual, mediado principalmente por las TIC.

Las relaciones entre los seres humanos tienen un nuevo campo donde generarse, regenerarse, crecer y transformarse. No solo en lo que más se

identifica ahora como *redes sociales* (Facebook, Twitter) sino también en otros muchos espacios de intercambios informativos abiertos por internet y telefonía celular (Bernette, 2009, pág. 97).

Estos nuevos escenarios de *interacción virtual* han incrementado las formas de producir e intercambiar la información, se han modificado los consumos de ocio o formas de entretenimiento, los hábitos de compra - venta y en definitiva han alterado las relaciones sociales en casi su totalidad provocando nuevas incertidumbres tal cual como lo hubiera hecho en su respectivo tiempo la imprenta, la radio, el cine y la tv.

Estos *nuevos cambios, nuevas relaciones* son fenómenos sociales que se identifican desde la población adulta – joven (25 a 45 años) que es la que mayor conciencia guarda de los cambios y transformaciones que se han desarrollado en las formas de comunicación actual, en el trabajo, en las relaciones interpersonales, puesto que han conocido y vivido estadios previos a la irrupción de la era digital y han crecido con otro tipo de tecnologías, adaptándose a las nuevas (proceso de alfabetización digital).

Los jóvenes, por otra parte, al crecer y desarrollarse a la par de estas tecnologías no han identificado cambios o actitudes sociales diferentes puesto que se encuentran completamente integrados en la era digital, la misma que puede ser sometida a un proceso de reflexión y análisis de cómo estos recursos tecnológicos circunscriben narrativas contemporáneas en el sentido de: ¿cómo son los actuales factores de socialización y construcción de identidades dentro de las nuevas generaciones?, ¿qué consecuencias sociales se están desprendiendo? Y ¿qué nuevos espacios de expresión cultural se forman?

De forma cotidiana se configura una perspectiva contemporánea de la construcción de la sociedad, la cultura y el conocimiento. El inminente crecimiento de las TIC ha

incidido de manera profunda y radical la forma de entender las relaciones humanas. Nuevos enfoques y narrativas de lo local y global, novedosas e instantáneas formas de comunicación e interacción multimedia así como también el surgimiento de nuevos escenarios de consumo, intercambio y representación cultural.

Hace casi ya más de dos décadas McLuhan insertó el concepto de “aldea global” (McLuhan, 1991); concepto que hace referencia a un nuevo contexto social, cultural, político y económico de finales del siglo XX y principios del XXI caracterizado por la incidencia tecnológica y comunicativa.

Desde esta visión de un mundo completamente integrado a partir de la tecnología es que se insertan nuevas formas en cómo la sociedad se cuenta o se construye desde este nuevo espacio. “Lo global se define como un escenario interdependiente y constituido por lo local” (Rojas, 2012, pág. 171). En este sentido la producción de narrativas es muy diverso, desde la intensificación de procesos de comunicación interpersonal hasta el desarrollo, comercialización y consumo de productos culturales.

El nuevo escenario en la industria cultural

Con el inicio del siglo XX, la industria cultural toma forma gracias a los diversos métodos de reproducción y tecnologías emergentes. La llegada de la era digital posibilita la distribución inmediata de cualquier soporte digital. El impactante desarrollo de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) desde mediados de los 90s ha modificado la producción y consumo de los diversos productos de la industria cultural. Paulatinamente los medios de comunicación convencional (radio, prensa, cine, tv) y la informática han difuminado sus fronteras dando origen a un nuevo lenguaje multimedia (metalenguajes) que ha transformado la forma de

producir y consumir contenidos. “La integración de texto, sonido e imagen en los documentos multimedia, junto con la interactividad, hacen de este lenguaje algo específico que nos obliga a considerar ya la alfabetización multimedia” (Gutiérrez, 2010, pág. 172). Este nuevo escenario multidisciplinar de la era digital en el que se conjugan, tanto las industrias culturales con las de comunicación, influye directamente en formas y estrategias de marketing y promoción originando una diferente organización social, cultural e industrial que amerita una reflexión contemporánea.

La actual pantalla multimedia propicia un fenómeno social y comunicacional en el cual se implantan y unifican sentidos. Es decir el espacio de las TIC utiliza nuevos lenguajes y narrativas (integración de lo textual, lo visual y lo sonoro) que se han convertido en nuevas formas de emisión y recepción de contenidos, de un nuevo modelo tecnológico-globalizador que ha re-significado el espacio entendido por esfera pública.

Desde una visión histórica, la evolución de las industrias culturales han estado ligada estrechamente a los diferentes cambios sociales, desde el surgimiento de la imprenta de Gutenberg que posibilitó la publicación de múltiples ejemplares de libros originando profundas transformaciones en el ámbito político, artístico y religioso, gracias al acceso masivo del conocimiento escrito hasta el desarrollo tecnológico del siglo XXI que ha permitido incorporar otras narrativas que describen las sociedad y el mundo desde la cotidianidad y la virtualidad.

“Actualmente la industria se funda en digitalizar todo material simbólico, su posterior “materialización” en soportes digitales permiten una distribución casi instantánea a cualquier región del planeta, así la audiencia se potenció hasta volverse mundial” (Toussaint, 2013, pág. 107).

El fenómeno más reciente de la producción digital permite que cualquier producto pueda establecerse en cualquier soporte intangible y luego ser reproducido de forma física, ya sea en el papel, en el cd audio, en las proyecciones de cine, etc.; “es decir, que la misma obra puede adquirir materialidad en todas las modalidades existentes” (Toussaint, 2013, pág. 107).

En este sentido la irrupción de las TIC, en el campo de la música, ha sido uno de los mayores cambios como lo señalaría Walter Benjamín en su texto *La función de la obra de arte en la era de la reproducción técnica* donde acierta al entender que la aparición de nuevas tecnologías en las formas de producción y distribución en el sistema capitalista así como los nuevos servicios de comunicación e información someten irreparablemente a “crisis” el fenómeno de la experiencia (Benjamin, 1989).

Una de las consecuencias de estas innovaciones es la creciente ubicuidad de la música: pocos son los espacios donde no está presente. Del cine a los iPods, del hilo musical de ascensores y centros comerciales a los chips sonoros en las tarjetas navideñas pasando por la siempre agradable música a la que nos someten mientras aguardamos que nos atiendan al teléfono, nuestro paisaje sonoro tecnológicamente mediado resuena cada vez más (Israel, 2008, pág. 106).

La música es un fenómeno cotidiano que acompaña a nuestras experiencias diarias o en palabras de McLuhan se convierte en una extensión de los sentidos que permite manejarse y entender el actual entorno.

Las TIC y las narrativas actuales de socialización

De acuerdo con Manuel Castells se vive en una sociedad en red donde las formas de producción, exhibición, distribución de contenidos y entretenimiento se han virtualizado dando origen a la construcción de nuevos lenguajes. (Castells, (1999)) En el siglo XXI existe un *nuevo público*, la juventud actual (18 a 24 años) que se adapta con facilidad a los acelerados cambios modernos. En esta nueva era de multipantallas, las nuevas “redes sociales se han convertido para la juventud en un terreno abonado para abrir y estrechar lazos, con diferentes grados de relación y de amistad”. (Gabelas, 2010, pág. 206), en este sentido las TIC son la nueva plataforma en la cual se instaura la nueva agenda social de la juventud y donde la historia, deseos y aspiraciones cotidianas e individuales pueden ser contadas y compartidas.

Desde el surgimiento del correo electrónico y los diversos chats, foros y cafeterías virtuales hasta la conformación y éxitos de los blogs, donde los usuarios pueden publicar reseñas, crónicas, comentarios, noticias de cualquier índole y temas, se han conformado las nuevas “comunidades virtuales”. Es muy común y habitual ver hoy en día en las diversas redes sociales como *Facebook* comunidades de gente organizada y que constituyen una red, o al menos así se denominan; redes de bibliotecas, de lectores, de periódicos o de blogs, etc., en torno a cualquier afinidad de gustos se desarrollan nuevas relaciones o vínculos que se refuerzan o se transforman.

Un punto que permite continuar con el debate o la reflexión es que no todos los jóvenes utilizan de la misma forma las Tic, hay diferencias entre hombres y mujeres, en edades así como también la brecha tecnológica existente en las diferentes clases sociales.

Es importante plantearse el sentido y uso que tiene en la actualidad las TIC para las y los jóvenes, que representan para ellos y como las tecnologías permiten o se desarrollan como vías de comunicación que dan a conocer lo propio creando una

división casi mínima entre lo público y privado y cómo se desarrollan estas nuevas identidades.

“La tecnología es implementada entonces como un discurso que pretende sobredeterminar la sociedad y sujetar a su propio criterio técnico la eficacia de todas las actividades del mundo terrestre, y aún de otros universos habitados o inhabitados”. (Sierra, 2009, págs. 149-171)

Para contextualizar esta nueva dinámica de relaciones y de relatos contemporáneos es importante dar una breve descripción de cómo el ser humano empieza la socialización y descubrimiento del entorno. Desde el alumbramiento, el primer escenario de aprendizaje es el entorno familiar (padres) a quienes se les imita desde pequeños. Con el paso del tiempo se sentirá parte o miembro del grupo o familia diferenciándose de quienes no lo son. En este proceso de crecimiento grupal cada individuo acepta y practica los modelos y ejemplos que norman la interacción social con el resto de miembros del grupo o familia, “lo que genera una visión compartida de la realidad, misma que permite legitimar la permanencia o transformación del grupo (familia)”. (Bernette, 2009, pág. 102)

Esta transmisión se lleva a cabo en la forma en la que cada grupo humano ha podido expresar el sentido de su existencia como grupo y el valor de su permanencia como tal grupo. En este sentido se vislumbra que en cada tiempo y espacio los recursos comunicativos se modifican en función del contexto social y estos transmiten el sentido y valores que permiten la cohesión de la familia

En sociedades de menor tamaño la organización es fácilmente reconocible y en muchos casos funcionales, la transmisión y compartición de valores en sí es más cohesionado. Sin embargo, en sociedades complejas y desarrolladas no existe un solo sentido de la realidad que pueda relacionar de manera uniforme a todos los

miembros; por el contrario existen diversas visiones del mundo y la realidad es que compiten entre sí y una busca prevalecer sobre las demás.

La socialización implica que cada individuo identifique las pautas, los valores y comportamientos hacia sí mismos y los demás y que estos sean asimilados e interiorizados permitiendo un acuerdo y respeto común de la ley.

Una consideración importante es comprender que no existe una socialización ideal por parte de los individuos y que la sociedad no ha sido capaz de generar mecanismos que permitan a las y los jóvenes conformar imaginarios cohesionados de normas y valores permitiendo que no se concedan objetivos claros de los roles y funciones que ocupan.

“En este sentido las TIC emplazan narrativas contemporáneas donde hoy acuerdan formas de relación, generando colectividades, deslocalizaciones y localizaciones sobre las dimensiones de espacio y tiempo”. (Mendoza, 2014, pág. 41)

Tomando en cuenta a Althusser, quien da cuenta que uno de los roles de la sociedad es la reproducción de elementos ideológicos a través de diferentes instituciones tales como: la familia, la escuela, el estado, la iglesia y los medios de comunicación, elementos que son responsables de canalizar los deseos, la aceptación de las normas, leyes, la identidad y la posición social que toma cada individuo dentro del sistema social. (Althusser, 1988)

Más allá de estos aparatos formales de transmisión de valores y de supuestas visiones compartidas existen otros elementos que se encargan de la mediación y la socialización y son las interacciones interpersonales de cada individuo las mismas que toman forma desde la cotidianidad fuera de todo marco institucional como por ejemplo los recreos que se suscitan en las instituciones educativas o los tiempos libres fuera del trabajo o grupos organizados no formalmente (amigos, compañeros, etc.) donde las TIC se convierten en una extensión de las mismas ya que los escenarios virtuales

redimensionan el espacio de interacción en el que se desenvuelven la mayoría de “los jóvenes, con las redes sociales como un factor socializador de primer orden” (Guitierrez, 2010, pág. 213), entrar en este espacio supone un rito de iniciación en el que se crea una identidad propia, se construye un espacio personal y se da vida a una identidad virtual

TIC y narrativas en el entorno familiar. Se ha modificado la interacción familiar a consecuencia del uso del internet tal como lo hicieron la tv y la radio en su época

Un cambio de socialización se ha generado en el interior familiar. En cada sociedad conocida la familia es el escenario primigenio donde niños y niñas aprenden y reproducen los valores y normas y donde cada hijo asume su rol y su primera relación de autoridad con sus padres,

Los elementos comunicativos de la multimedia requieren el conocimiento de un nuevo lenguaje que permita el entendimiento y el uso de las TIC. En la actualidad dentro de cada hogar por lo general sucede que la enseñanza de estas tecnologías es impartida desde los hijos hacia los padres cambiando y modificando las relaciones convencionales dentro de cada grupo familiar. Es decir, cada vez más son los padres quienes conocen los instrumentos de comunicación virtual a través de sus hijos, lo que podría estar ocasionando una dependencia hacia los hijos sin desealarla. Es imprescindible que los padres conozcan (de hecho varios especialistas en educación lo recomiendan) el diverso campo de las TIC que los hijos utilizan y manipulan y de ser necesario establecer reglas y límites para su uso. Conocer el tipo de páginas y de información al que tienen acceso y la información personal que cada hijo o hija coloca en las diversas plataformas virtuales.

Las diversas redes sociales del internet (Facebook, twitter, tuenti, etc.) permiten a los padres el poder ver el perfil y todo clase de comentarios emitidos por sus hijos, claro está que no todos los padres conocen o saben cómo hacerlo, de esta forma cada padre o madre pueden tener una visión más amplia de lo que el hijo o la hija visitan o consumen desde la red.

Esta invasión por parte de los padres a los nuevos espacios de la juventud crea cierto rechazo que lleva a confundir a cada joven en saber que su espacio de relación e intimidad se encuentra invadido y que al rechazar a un padre o madre dentro de una red social pueda herir susceptibilidades ajenas. Este nuevo fenómeno ha marcado una nueva relación social dentro de las familias, relaciones que parecen ser intangibles pero que existen en otro espacio en este caso el espacio virtual donde se dinamiza nuevas formas o nuevos roles entre padres e hijos.

Estas y otras cuestiones hacen que, de algún modo se pregunten qué deben poner en este espacio que supuestamente sólo debería interesar a sus amigos y a otros como ellos, pero de hecho puede observarlo todo el mundo, incluidos sus padres y otros familiares. *¿Se puede escribir con entera libertad para los amigos y, al tiempo, quedar bien con los padres? ¿Se puede contar lo que se ha hecho y lo que a uno le gustaría hacer?* (Bernette, 2009, pág. 105).

Es un fenómeno que da cuenta del espacio, si bien es cierto la redes sociales se han convertido en un espacio de comunicación interactiva con amigos virtuales es decir con personas que únicamente han interactuado a través de la red, falta aún mucha reflexión para entender las dimensión en las cuales las TIC están modificando las relaciones sociales de los jóvenes y de los adultos con los jóvenes y cómo este nuevo

espacio multimedia es el escenario para las construcciones de identidad y de aceptación, los inmigrantes y nativos digitales es “una concepción que favorece poco la integración de los diferentes colectivos generacionales, ni tampoco facilita un análisis que permita abordar las distancias culturales entre jóvenes y adultos para afrontar la construcción de espacios de integración” (Gabelas, 2010, pág. 211).

El discurso actual sobre la juventud implanta un imaginario de jóvenes innatos en el conocimiento y manejo de las tecnologías contemporáneas, discurso empleado por el marketing de las multinacionales tecnológicas; las mismas que otorgan a los diferentes dispositivos electrónicos el aval de modernización, dinamismo y quien los posea será aceptado e integrado socialmente

La telefonía móvil se convierte en el centro de comunicación y contacto constante e inmediato, en sus versiones más sofisticadas no solo permite realizar llamadas telefónicas y mensajes de texto, sino también acceso al correo electrónico y otras actividades por ordenador, a través de redes como el wazzapp o Messenger las personas pueden expresarse sin exponerse o decir lo que se desea sin tomar en cuenta “la reacción del otro dando así a la pantalla una extensión de la comunicación cara a cara otorgándole a esta herramienta el ícono de lo nuevo”. (Morley, 2008, pág. 260)

De acuerdo con Morley en su texto “*Medios, modernidad y tecnología*” el teléfono móvil posee la carga simbólica más pesada en la sociedad moderna, no solo es una herramienta comunicativa se convierte también en la identidad cultural del propietario cuando este lleva decoraciones calcomanías, protectores plateados de tipo negocio o imágenes de sus artistas preferidos.

Tomando en cuenta estos fenómenos es que la investigación social debe aún seguirse enfocando en el uso y consumo de las TIC para dar un mejor entendimiento a los

cambios en cuanto a las relaciones interpersonales los hábitos de ocio o estudio o consumo.

Metodología

Para desarrollar el presente trabajo, se definió que la emergente explosión tecnológica o evolución de las TIC ha posibilitado nuevas formas de narrar y representar la cotidianidad transformando la sociedad en varios niveles.

Uno de los principales cambios que se han generado ha sido a nivel del lenguaje ya que las TIC han incorporado una serie de multipantallas en las que tanto lo visual como lo hiper-textual se han conjugado originado una multiplicidad de lenguajes.

Otro importante factor de cambio que genera una nueva relación interpersonal es el espacio. Si bien el espacio público con el desarrollo de las TIC se ha re-definido y en la actualidad la frontera entre lo público y privado es cada vez más estrecha, los jóvenes siguen buscando y conformando nuevos espacios de expresión e información a través de la distintas redes sociales.

En el desarrollo y conformación de estos espacios virtuales las industrias culturales también se han modificado en cuanto a producción del proceso creativo, distribución y consumo. Como ejemplo concreto se ha tomado el campo musical el mismo que se ha modificado radicalmente desde su concepción hasta sus nuevos hábitos de consumo y mercantilización.

Para analizar estos factores se ha partido desde un enfoque comunicacional realizando una reflexión y análisis teórico comparativo, en el cual la revisión bibliográfica ha permitido operativizar y comparar las diferentes categorías conceptuales de diversos autores.

Estudio Bibliográfico.

Para dar inicio al estudio se evaluó y seleccionó una serie de artículos y textos académicos relacionados al tema de TIC y comunicación. Este ejercicio partió desde una búsqueda electrónica a través de la red en diferentes revistas virtuales especializadas en estudios de la comunicación y en autores de referencia seleccionado en los años de estudio universitario.

La red dispone de una serie de artículos contemporáneos acerca de este tema ya que en la última década teóricos de diferentes áreas como: la psicología, la sociología, la antropología y la comunicación han estudiado la influencia de las TIC en la vida cotidiana como factor característico de la contemporaneidad. Al ser un tema que se encuentra en constante evolución y abarca casi todos los aspectos de la vida diaria y que ha modificado las conductas de consumo y de producción cultural se realizó un análisis de diferentes textos dedicados al estudio de las industrias culturales así como también un acercamiento personal con actores sociales dedicados a la producción musical y para quienes las TIC y el uso de diferentes plataformas digitales han modificado profundamente su actividad artística y de quienes su testimonio fue fundamental para el análisis y desarrollo del presente trabajo,

Cada uno de los textos y artículos trabajados fueron desarrollados por académicos respaldados ya sea por su trayectoria profesional o revistas especializadas indexadas y editoriales reales permitiendo así una veracidad en su contenido.

Luego de realizar una lectura a los diferentes textos y artículos se realizó una serie de fichas y resúmenes con las diferentes citas que son las que darían tanto el peso académico y el sustento a la reflexión y premisas realizadas.

Para desarrollar la reflexión el documento aborda dos apartados. En primer lugar se establece una descripción de la relación comunicación-interacción-tecnología en donde las generaciones actuales han construido sus espacios de socialización e identidades a través de nuevos lenguajes (multimedia) y una re-significación de lo público a lo personal y cotidiano.

Finalmente se articula una reflexión en cuanto a las industrias culturales como un escenario de búsqueda y de expresión, específicamente la producción musical y la influencia de las TIC en cuanto su consumo y mercantilización.

Resultados

Otros espacios y narrativas

El espacio cotidiano de la vida se encuentra mediado por la innovación tecnológica y las posibilidades de administrar la información. Sin embargo, se ha podido observar que en la actualidad el Internet ha sido culpabilizado de varios males que afectan a la sociedad como despreocupación de los estudios acceso a información y contenido aún no calificado para los jóvenes, etc.

El acceso a las TIC por parte de los diferentes grupos sociales no solo depende de las habilidades e infraestructuras, sino también de elementos económicos, cotidianos, comunitarios que agilitan el uso y apropiación de estas tecnologías.

Ciertamente, hay sectores de población que no ven la necesidad ni las ventajas de una adaptación urgente a la tecnología. Pero generalmente, no es el caso de los niños, adolescentes y jóvenes (más de clases medias y altas, pero también en parte de las clases bajas). Ellos suelen apropiarse las consolas, los móviles y las computadoras en tiempo de ocio y para el ocio con los amigos que conoce (a veces, con famosos o gente a la que desean conocer). (Bernette, 2009, pág. 109).

La sociedad global es compleja y de acuerdo a los autores Sherer-Warren quienes en su artículo “*Redes sociales y de movimientos en la sociedad de la información*” plantean la tesis que la contemporaneidad ha construido nuevas narrativas que permiten la comprensión de la actual sociedad de la información.

Las características de estas nuevas narrativas se pueden entender como:

- El descentramiento: los nuevos relatos se soportan en las múltiples identidades y la articulación de diversos actores, ya los cambios no se dan sobre una estructura definida y establecida como en la antigüedad, se desborda el establecimiento.
- El interculturalismo: los relatos contemporáneos se construyen a partir de múltiples narrativas, una Torre de Babel de posiciones, temas, lenguas, necesidades, historias y expectativas con capacidad de articulación. El interculturalismo permite el ensamble, el acople y desacople de relatos sobre un sentido común, la lógica del hipertexto. (Mendoza, 2014, pág. 42).

La inserción tecnológica en casi todos los espacios de la vida cotidiana no hace más que complejizar las relaciones entre el sujeto y la tecnología. Desde esta plataforma digital se construyen diálogos, opiniones, narraciones que traspasan el espacio físico del territorio y configura un ciberespacio; una nueva dimensión de lo público que invita a nuevas formas de interacción y participación generando nuevos significados y contenidos culturales pero a la par emergen otras contradicciones otro tipo de exclusión que amerita una reflexión constante de la configuración de la sociedad y su compleja relación con los soportes tecnológicos.

Otras formas de construir identidad

La formación de la identidad social en la etapa juvenil empieza en su reconocimiento con el otro. Las manifestaciones corporales, la moda, los gestos, expresiones y tonos son los primeros identificativos como individuos; es decir las primeras características que forman una impresión del sujeto. Es un mecanismo de adaptabilidad a lo largo de

la vida los individuos que observan e interpretan los comportamientos, actitudes de los demás y si lo creen conveniente lo adaptan al propio.

Al igual que en la vida cotidiana uno se presenta físicamente proporcionando información propia de la visión del mundo y del estatus, en el escenario virtual se elaboran perfiles que dan a entender los gustos e intereses a los demás usuarios. Los usuarios modifican sus perfiles presentaciones, las mismas que se entienden son una proyección de cada uno, de acuerdo a las situaciones o momentos de sus vidas.

Las redes sociales son un elemento de socialización en las actuales culturas juveniles y el que se unan a las mismas en muchos casos es otro espacio para interactuar con sus amigos preexistentes o relaciones que se desean mantener, o simplemente fueron relaciones pasajeras que se dese volverlas a recuperar. El Vincularse con personas ya conocidas y desconocidas posee un valor de conexión o cercanía. Una vez que se agregan o establecen los distintos contactos es importante reflexionar en qué es lo que pasa después.

No parece probable que se mantengan esos contactos de amigos (o familiares) que se han rescatado, más que en la medida en que el mantenimiento del contacto sea enteramente satisfactorio o necesario. Generalmente, porque llega un momento de saturación; cualquier persona con medianas habilidades para la relación con otros puede sentirse abrumado por exceso de “amistades” y no saber qué hacer con ellas (Bernete, 2009, pág. 112).

TIC y nuevas narrativas musicales

La obra de arte reproducida se convierte, en medida siempre creciente, en reproducción de una obra artística dispuesta para ser reproducida. De la placa fotográfica, por ejemplo, son posibles muchas copias; preguntarse por la copia auténtica no tendría sentido alguno. Pero en el mismo instante en que la norma de la autenticidad fracasa en la producción artística, se trastorna la función íntegra del arte. En lugar de su fundamentación en un ritual aparece su fundamentación en una praxis distinta, a saber, en la política (Benjamin, 1989, pág. 27).

La digitalización musical en la última década ha traído consigo una serie de investigaciones que se centran en tratar de entender los cambios efectuados en las nuevas formas de producción y consumo musical así como también el rol de la industria frente a este nuevo fenómeno.

La industria musical mantiene una postura reacia frente a “la piratería y la libre distribución de la música en el entorno digital, simultáneamente busca reinventarse a sí misma y a sus modelos de negocio para adaptarse a las nuevas formas de demanda y consumo estimuladas por las nuevas tecnologías” (Woodside Julian, Cultura y desarrollo una visión distinta desde los jóvenes, 2011, pág. 96). Nuevos mercados se encuentran disponibles gracias al desarrollo constante de las TIC y que estas permiten un reducción en cuanto a costos de almacenamiento, producción y una distribución instantánea y en cualquier región del planeta.

Uno de los grandes cambios que han surgido con el desarrollo de las Tecnologías de Información y Comunicación es que la producción musical cada vez más ha estrechado la relación entre creador y consumidor obviando las relaciones de intermediación y

comercialización que existían. “Si antes múltiples agentes se veían involucrados en el proceso de creación > inversión > producción > distribución > comercialización, el peso de todos estos agentes dentro del campo de la producción musical se ha reconfigurado” (Woodside Julian, 2011, pág. 97).

Para Yúdice autor del texto “*Nuevas tecnologías, música y experiencia*” este es el cambio del modelo de música empresarial enquistado básicamente en la remuneración económica al modelo “Muic 2.0” que mira con ojos positivos que gracias a la era digital sea mucho más fácil la descarga e intercambio de archivos musicales los cuales de acuerdo a los usuarios no lo hacen con intención de perjudicar a los empresarios y artistas sino que esta nueva tendencia se la realiza por el simple hecho de degustar la música y compartir opiniones y experiencias entre los diferentes usuarios. De acuerdo con Yúdice las tecnologías permiten ofrecer a los usuarios una participación directa y no relegarlos como simple consumidores.

Esto posibilitaría nuevas formas de negociar a través de “modelos que reduzcan precios, que recurran a la sindicación como vehículo de promoción, *marketing* y distribución, y se diversifiquen a negocios no limitados a la venta o descarga de fonogramas” (Israel, 2008, pág. 106).

Estos fenómenos conducen a Yúdice a reflexionar acerca de nuevos *ethos* o comportamientos éticos relacionados a los *Hackers* de la información para quienes el acceso libre y total a la información es fundamental y que esto es fuente inagotable de promover nuevas invenciones (software) que permiten seguir disfrutando del consumo de los diferentes productos de la industria cultural.

El afromador desarrollo de las TIC ha permitido a los usuarios poder consumir más allá de una oferta limitada propuesta por el mercado y las diferentes industrias, dando así la posibilidad de poder acceder a nuevos y diferentes espacios sonoros desterrando la arbitrariedad del gusto y configurando así la omnipresencia de la música ya sea de forma individual o colectiva.

Otra forma en la cual la tecnología se ha vinculado con el fenómeno musical a más de su uso en la radio, el cine y la tv es que la nueva era digital se ha puesto al servicio de la creación musical creando nuevas formas de producir sonidos; es decir, la tecnología no solo ha facilitado proceso de distribución y almacenamiento a la música sino que también se ha aplicado a los procesos creativos aportando nuevos instrumentos y sonidos que permiten mejorar la composición musical pero un nuevo factor surge en esta nueva aportación y es cuando el hombre se llega a convertir esclavo de la misma tecnología y recaiga en ella cada vez que sus ideas creativas no puedan salir a la luz, esta composición caería entonces en un vacío en el cual no se escuche la expresión interior del artista sino que el proceso tecnológico ha sustituido el proceso de creación.

El músico como generador de creatividad y de su propio mercado

En varias entrevistas realizadas a distintos músicos de la ciudad de Quito, como: Ricardo Macías (banda *ULTRA*), Guido Salazar (banda *DOMO*), Raúl Gáneas (banda *THE GRIEF*), Pablo Coronel (banda *La Opera*), Ibo K Payne (banda *Kush*); Andrés Utreras (banda *DESTRUYR DESTRUYE*) se puede caracterizar que el músico es una persona creativa que por lo general trabaja por conciertos y eventos realizados sin un salario fijo de por medio. Es muy común que en la actualidad los músicos y artistas

realicen diversas actividades simultáneas, muchos son productores, diseñadores, contadores, comunicadores, musicalizan obras de teatro, en fin, buscan rubros desde diferentes perspectivas.

La mayoría de los músicos creativos no perciben rédito económico de su música ni de la venta de sus discos. Por lo general su mayor fuente de ingreso se encuentra en diversas profesiones que por lo general no están enmarcadas en el ambiente musical. A pesar de todo a ellos se los puede considerar creadores de arte que tienen diferentes estrategias de financiamientos. Como el caso de Guido Salazar, guitarrista de la banda *Quiteña DOMO*, cuyo principal negocio radica en una tienda especializada en artículos y suministros de mascotas o Ricardo Macías quien es diseñador y editor, solventando de esta manera sus diferentes gastos.

Desde estos medios por lo general nada vinculados a la escena musical los diferentes músicos generan sus propios espacios y conciertos construyendo una escena y mercados independientes.

El músico se ha forjado como un trabajador autónomo que combina sus actividades cotidianas con el placer de crear música propia o de la organización y promoción de eventos. Algunas bandas de la capital como “*ULTRA*” y “*DESTRUYE-DESTRUYE*” obtienen sus propios recursos para lanzamientos de sus discos o giras a través de la creación de blogs y redes sociales así como también en la producción de otras bandas. El ser completamente independiente en esta escena ha excluido a los músicos y artistas del seguro social y de préstamos bancarios.

El uso de las diferentes redes sociales no solo ha conseguido mayor contacto y vínculos entre los músicos sino que ha obligado a generar nuevos espacios de comercialización y promoción de la música como una opción a la industria del disco habitual. Estos nuevos espacios virtuales y sociales han contribuido a la formación de una nueva generación que intercambia, escucha y discute de música sin importar las fronteras o los estilos musicales.

Esta nueva generación de productores y consumidores musicales han emergido nuevas formas de empresa en la distribución y canalización de la música. Estos nuevos espacios han eliminado por completo la tangibilidad del disco poniendo en duda el atractivo comercial del formato cd. La era digital ha traído consigo una nueva forma de apropiación de la música liberándola de la grabación y del consumo del CD

La digitalización de la música ha encontrado no solo uno sino varios espacios para su difusión y comercialización no se reducen exclusivamente a “las tiendas de música como iTunes, sino que además de insertarse ahí, hacen uso de otros espacios disponibles como los blogs, que fomentan de manera informal la libre descarga de discos o de servicios oficiales de difusión, estos medios ofrecen al músico cada vez más alternativas para dar a conocer su música”. (Woodside Julian, Cultura y desarrollo una visión distinta desde los jóvenes, 2011, pág. 119)

Una de estas alternativas muy utilizadas es la plataforma de soundcloud (soundcloud)¹ cada vez más popular entre los distintos músicos ecuatorianos como tarima que

¹ Soundcloud es una red social exclusiva para músicos la cual proporciona canales para distribuir su música terminada lista para ser escuchada. La particularidad de esta red social es que soundcloud analiza la canción y su onda sonora con el objetivo de que cualquier usuario pueda dejar un comentario en un

permite compartir y promocionar antiguos y nuevos temas además de poder establecer contacto e intercambio de visiones con otros artistas a nivel local y global. Otra plataforma que usan las bandas independientes en Ecuador es Musicoteca Ecuador²; sitio que ofrece la recuperación de vinilos de música tradicional del Ecuador. (Varios, s.f.)

Nuevas formas de comercialización

Depender de las ventas de discos es un escenario ilusorio en la actualidad y de eso están conscientes las empresas disqueras que aún son quienes gobiernan las reglas del juego.

La era digital ha desarrollado varios mecanismos de comercio informal, se considera como parte de la economía ilegal a la producción y venta de obras de arte sin registro; la producción y comercialización ilegal de discos, videos y libros; la impresión y comercialización ilegal de material audiovisual; y la comunicación pública no registrada de música. (Woodside Julian, 2011, pág. 111).

Los músicos no solo están insertos en la producción de la misma sino que han vinculado sus actividades a terrenos como el de conciertos y festivales culturales, artes escénicas animación digital, etc. Ante esta variedad la industria fonográfica tradicional no ha enfrentado con claridad este fenómeno de nuevos consumos y ha culpado de

momento determinado del audio. Esta plataforma fue creada por el productor de audio Alex Ljung y Eric Wahlforss con sede en la ciudad de Berlín <http://soundcloud.com/>

² Musicoteca Ecuador es una plataforma virtual en youtube que se encarga de reproducir en manera digital el sonido de vinyl de toda la música popular ecuatoriana para mejor distribución y acercamiento a las nuevas generaciones (<https://www.youtube.com/channel/UCAX3NCz6IUJtsi--b60jMFw>)

todos los males a la piratería y descargas ilegales en vez de reflexionar ante los nuevos escenarios.

La inminente modificación en la cadena de producción musical ha entregado al músico varios roles que antes ni se pensaban como el poder ser su propio manager, productor, compositor y distribuidor.

De esta forma el mayor impacto de las tecnologías y la era digital ha otorgado al músico la oportunidad de abolir trámites institucionales y darle al músico contemporáneo e independiente funciones y dinámicas tradicionales concentradas ahora en una sola persona o grupo.

Así como los músicos tienen flexibilidad en las diferentes funciones de su propio proyecto, las instancias independientes han adoptado modelos híbridos para conducirse por la escena. Tradicionalmente, las instancias involucradas en el proceso de creación y distribución de la música eran los sellos, las casas productoras, disqueras, distribuidoras, agencias de management y las promotoras (Woodside Julian, 2011, pág. 110).

En la actualidad bajo esta nueva óptica digital las tradicionales disqueras se han enfrentado a nuevos retos de comercialización. Las TIC han modificado la forma de crear, reproducir y consumir la música, es decir las herramientas tecnológicas han facilitado el acceso inmediato a cualquier producción fonográfica mediante streaming o mejor conocido como descargas en línea a través de plataformas como YouTube; permitiendo una nueva experiencia de consumo musical que permite a los usuarios

disfrutar de la música en la forma que mejor les plazca, esto inevitablemente requiere de una nueva comprensión.

YouTube podría considerarse como uno de los escenarios que conforman otras narrativas impulsadas por las TIC que no se centra solo en la forma de crear o producir videos, sino de consumirlos, reproducirlos, compartirlos o publicarlos. En este contexto el modelo de gestión comercial de la música ha cambiado en un giro de 180 grados, ahora se ofrecen sitios de descargas legales como por ejemplo a través *i tunes* donde se pueden comprar la canción que el usuario desee lo que ocasiona que el consumo de obras completas musicales cambie, en otras palabras escuchar un Cd completo ya no es requisito para entender y comprender la música y la banda ahora cada usuario puede organizar su menú de canciones de forma preestablecida. De igual forma las plataformas musicales como MySpace, Spotify o YouTube predeterminan un menú musical de forma aleatoria dependiendo del gusto de cada usuario así como también la promoción del merchandising historia y próximos conciertos de cada banda

Las TIC y los entornos digitales han conformado una comunicación en tiempo real y cuyo imaginario es la cercanía y la sensación de contacto con los demás aparte que ha permitido expandir sin fronteras los círculos sociales de las personas.

En este nuevo ámbito lleno de oportunidades también se abre el espacio para la reflexión en cuanto a la incertidumbre que estos nuevos fenómenos sociales traen consigo, fenómenos como una sobre carga informativa que en vez de generar conocimiento aumenta la desinformación. En este contexto es esencial desarrollar habilidades que permitan una criticidad de lo que se está consumiendo a través de la

red que la exposición a cualquier clase de información en vez de abrir canales o puentes de dialogo puede generar incertidumbres y desconfianza

Esta nueva socialización en la virtualidad trae consigo varios aspectos a reflexionar:

Una hiperrealidad a la par de una presente realidad física, en esta nueva hiperrealidad se construyen nuevos estereotipos y los usuarios crean perfiles de acuerdo a proyecciones de lo que desearían ser tornando así un espacio en el que nada es lo que parece. El celular es el artefacto ícono de una modernidad que recoge el ritual lúdico de la comunicación juvenil promoviendo así la ubicuidad de los jóvenes es decir el poder de estar en cualquier momento y lugar. (Gutiérrez, 2010, págs. 171-185)

La identidad se construye a partir de una dualidad entre lo físico y el virtual donde el encuentro del otro es una pantalla. En este sentido un proyecto llevado a cabo por el fotógrafo David Stewart halla de manera visual un significado contemporáneo de ser joven en donde el resultado no es sólo el retrato sino que se presenta en el ambiente un desgano y una fatiga propias del siglo en conjunto con la ansiosa banalidad de escapar de la realidad para sumergirse en la distractora virtualidad de las redes sociales

Su fotografía, titulada *Five Girls*, fue elegida entre los ganadores del *Taylor Wessing Portrait Prize* que organiza anualmente la *National Portrait Gallery* de Londres (Stewart, s.f.).

En un efusivo artículo del 2012 publicado por la revista *New York Review of books*, el poeta Charles Simic declara que se está viviendo la era de la ignorancia. Lo que llama

la atención del mencionado artículo es que el pronóstico del poeta es bastante austero y devastador, de forma puntual señala que como profesor universitario de literatura siente que los jóvenes cada vez conocen menos y pasan a instancias universitarias con falta total de conocimientos

Simic hace hincapié en que una de las cosas que se está perdiendo es el conocimiento de la historia encandilados por el nuevo Smartphone que hace desechable todo lo demás (incluyendo nuestra memoria); sin una noción histórica, el pueblo es fácilmente manipulable ya que no tiene el alcance de visión para percibir que los políticos están recurriendo a los mismos trucos o a las mismas falsas promesas que han utilizado antes sin entregar nunca resultados. (Gallarado, 2012, pág. 1)

En este sentido Simic considera que una alta dosis de información y propaganda virtual nos está conduciendo de manera fácil a la manipulación política e ideológica, dado que un pueblo crítico y educado es mala inversión para los políticos, ya que todo el contenido que circula a través de la red al no ser sometido a un proceso de diferenciación y criticidad es susceptible de ser consumido sin ningún cuestionamiento y por ende al no contar con elementos que permitan un cuestionamiento; las y los ciudadanos son vulnerables a aceptar cualquier tipo de información y propaganda.

Nuevas formas de socializar la música

La nulidad del CD como objeto tangible y de intercambio mercantil ha obligado a las industrias a cambiar la mirada y optar por una alternativa en el mercado. Esto ha permitido que diversas organizaciones se planteen invertir en festivales musicales y

que estos constituyan una nueva estrategia para llegar a la audiencia y ha así reforzar el mercado del merchandising.

En la ciudad de Quito se organizan anualmente al menos dos festivales masivos con respecto a lo que conforma la escena de la música popular alternativa y que cuentan con una asistencia mayor a las 10 mil personas (Quito-fest, semana del rock).

El caso más representativo de concierto masivo para los músicos latinoamericanos es el Quito Fest, que en 13 años de historia se ha consolidado también como un espacio de encuentro y de vinculación en donde los músicos tanto locales como internacionales interactúan. Este festival se lleva a cabo en la ciudad de Quito anualmente desde 2003, y congrega en un mismo espacio a exponentes de las escenas musicales alternativas de América y Europa. Además de ser relevante para el campo de la producción musical en Ecuador, este festival se ha convertido en un referente obligado para los artistas ecuatorianos que buscan tener una proyección internacional. De igual forma es el encuentro para que productores y medios especializados puedan tener una referencia sobre las audiencias y las propuestas artísticas.

En Ecuador una nueva forma de poder descargar música y acercarse a músicos de diferentes escenas, es la nueva plataforma digital LATITUD 1X1 ECUADOR donde cada músico podrá publicar su material discográfico y así poder recibir regalías cuando algún medio de comunicación lo descargue.

Uno de los factores para que estos nuevos escenarios digitales sean de gran atracción y consumo es que como resultado de las nuevas narrativas que se originan a partir de las TIC, las plataformas se nutren cada vez más de diversos lenguajes. Las multi-

pantallas que cuentan con una serie de recursos y mixtura de videos, hipertextos y redes sociales; conforman el ciberespacio el nuevo lugar-no lugar en donde en rápido y vertiginoso ritmo se ha han convergido todos los lenguajes.

Es importante destacar que el uso cotidiano de las TIC ha modificado la forma en la que el mundo se representa y cuenta su historia desde elementos cotidianos que suscitan en las calles hasta las grandes obras y creaciones digitales. La conformación de un nuevo espacio público virtual que permite contar y compartir el pensamiento son nuevos formatos de expresión que se originan desde la virtualidad.

De igual forma el concepto de fan y de audiencia en cuanto al consumo del arte se modificado drásticamente en poco tiempo. De público o audiencia general se ha transformado en público temático y especialista ya que la red ha permitido especificar los gustos de cada individuo. Otro cambio presente y palpable es que el público se convierte al mismo tiempo en usuario y medio de comunicación a través de sus propias webs y blogs permitiendo así formas contar y narrativas cada vez más abiertas.

Conclusión

La socialización en los jóvenes esta mediada por las interacciones que los mismos realizan con sus semejantes con la intervención de las TIC se configura otros escenarios en donde ocurre esta socialización o interacción social y estos son las nuevas redes sociales el lugar de creación, construcción, comunicación de conocimientos e identidades.

El desarrollo de las TIC es constante y cotidiano lo que hace que siempre se manifieste una reflexión de cómo los espacios y la socialización se van modificando. Estos nuevos espacios públicos al que cualquiera puede acceder desde cualquier lugar ya que la tecnología así lo permite y que están modificando la concepción del espacio público y los medios que lo integran. Es importante reflexionar que el nuevo espacio público emergente a través de las nuevas redes sociales que resinifican conceptos como los de ciudadanía en la actual sociedad donde se configuran transformaciones sociales y políticas y que el ciberespacio es el lugar de confrontaciones de ideas e intereses y donde se gesta permanentemente la construcción social que en sí trae diferentes y novedosas participaciones y a la par exclusiones y demanda de nuevos derechos

El espacio público en la red se considera como una extensión de lo privado en el sentido de que las colectividades virtuales son de diversa índole y a la vez los perfiles son una impronta de rasgos personales y propios de cada individuo. Estos espacios de socialización producen, generan y refuerzan relaciones interpersonales, pero estas relaciones no son camino a la adultez todo lo contrario se encuentran mediadas por la

satisfacción de integración inmediata que producen. La mayoría de estas comunidades son permeables y cualquiera puede integrarse.

Las TIC han contribuido a nuevas narrativas porque ahora se escribe de otra manera, se impulsa un texto más corto, más abreviado y conectivo lo que implica que se debe acceder a nuevas alfabetizaciones las mismas que se construyen como un paradigma de cambio cultural porque nunca antes la sociedad se ha enfrentado a una vida virtual y tecnológica en donde la posibilidad del internet puede conducir a una enorme diversidad de lugares y sonoridades que permiten liberarnos de las ofertas limitadas. Los públicos ya no son solo consumidores o audiencias se convierten en medios a través de sus blogs o propias redes sociales.

A manera de un epílogo conclusivo, en vista de todos los cambios culturales que se van generando con el uso y apropiación de las TIC en el campo de la comunicación aún es posible plantearse un debate en torno a la comunicación y las nuevas tecnologías ya que queda abierta la reflexión acerca de los desarrollos tecnológicos influyen significativamente en la sociedad mientras que los mismos se mantienen inmunes a la influencia de factores sociales o ¿las tecnologías son el resultado y las tendencias ya presentes en el esfera social?, es decir no son parte de un descubrimiento científico sino parte de un producto de un uso social cuando se construye una relación de comunicación entre el contexto, los actores y los usuarios.

Referencias

- Althusser, L. (1988). *Ideología y aparatos ideológicos del Estado*. Buenos Aires: Nueva.
- Benjamin, W. (1989). *La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica*. Madrid: Taurus.
- Bernete. (2009). Juventud y nuevos medios de comunicación. *Teoría y sociología de la comunicación*, 112.
- Bernette, F. (2009). *Revista de Estudios de Juventud*. Obtenido de Revista de Estudios de Juventud: www.injuve.es/sites/default/files/RJ88-08.pdf
- Castells, M. ((1999)). "*Internet y la Sociedad Red*". *Lección inaugural del programa de doctorado sobre la sociedad de la información y el conocimiento*. (UOC).
- Gabelas, J. A. (2010). *Educomunicación, más allá del 2.0*. Barcelona: GEDISA.
- Gallarado, A. (2012). *VIVIMOS EN LA ERA DE LA IGNORANCIA (II/II): ¿POR QUÉ LOS JÓVENES SON CADA VEZ MÁS IGNORANTES?* Obtenido de pijamasurf: <http://m.pijamasurf.com/2016/01/vivimos-en-la-era-de-la-ignorancia-por-que-los-jovenes-son-cada-vez-mas-ignorantes/>
- Gutiérrez, A. (2010). *Educomunicación. más allá del 2.0*. Barcelona: GEDISA.
- Habermas, J. (1981). *Historia y Crítica de la Opinión Pública*. Madrid: ISBN.
- Israel, M. (2008). Reseña de "Nuevas tecnologías, música y experiencia" de George Yúdice. *Trans. Revista Transcultural de Música*, 106.
- McLuhan, M. y. (1991). *La aldea Global: Transformaciones en la vida y los medios de comunicaciones mundiales en le siglo XXI*. BARCELONA: GEDISA.
- Mendoza, M. E. (2014). Narrativas (otras) sobre la sociedad de la información. *Libros UNAD*, 35-51.
- Morley, D. (2008). *Medios, Modernidad y tecnología*. Barcelona: Gedisa.
- Rojas, J. y. (2012). Cibercultura: una forma contemporánea de comunicación multimedia. *Análisis Revista Colombiana de Humanidades*, 167-190.
- Sierra, F. (2009). Economía política de la comunicación y teoría crítica. Apuntes y tendencias. *Revista Científica de información y Comunicación*, 6., 149- 171.
- soundcloud. (s.f.). Definición. Obtenido de <https://es.wikipedia.org/wiki/SoundCloud>
- Stewart, D. (s.f.). *¿ESTO ES SER JOVEN? FOTÓGRAFO RETRATA A LA JUVENTUD AUSENTE Y FATIGADA DEL SIGLO XXI*. Obtenido de Pijamasurf: <http://m.pijamasurf.com/2016/02/esto-es-ser-joven-fotografo-retrata-a-la-juventud-ausente-y-fatigada-del-siglo-xxi/>

- Toussaint, F. (febrero de 2013). *Impacto de las TIC en las Industrias culturales*.
Obtenido de Revista Eptic On line:
www.seer.ufs.br/index.php/eptic/article/download/708/584
- Varios. (s.f.). *Musicoteca del Ecuador*. Obtenido de
<https://www.youtube.com/channel/UCAX3NCz6IUJtsi--b60jMFw>)
- Woodside Julian, C. J. (2011). *Cultura y desarrollo una vision distinta desde los jóvenes*. Madrid: CeALCI.