



UNIVERSIDAD PEDAGÓGICA
NACIONAL

**El Fenómeno *Fandom*, comunidades interpretativas
productoras de subjetividades y su potencial en la escuela.**

Brigithe Paola Gambasica Gambasica

**Trabajo de grado presentado como requisito para obtener el título de
Licenciada en Ciencias Sociales**

2023

Oscar Andrés Ardila Peñuela

Tutor

Universidad Pedagógica Nacional

Facultad de Humanidades

Licenciatura en Ciencias Sociales

Línea de investigación: Interculturalidad, Educación y territorio

Bogotá DC

A mis hermanos, por el apoyo

A mi madre, por creer en mi

Al Fandom, por inspirarme

A la cultura pop, por existir

Gracias

*Agradecimiento especial al profesor Oscar
Ardila, por el interés, la paciencia y el
tiempo al orientar este trabajo durante los
últimos años*

TABLA DE CONTENIDOS

INTRODUCCIÓN	5
<hr/>	
CAPÍTULO 1	6
<hr/>	
SITUACIÓN PROBLEMA Y MARCO TEÓRICO	6
<hr/>	
SUBJETIVIDAD, INTERIORIZACIÓN DE SIGNIFICADOS PARA SU CONSTRUCCIÓN	7
INTRODUCCIÓN AL FANDOM, SUS COMUNIDADES Y SUBJETIVIDAD	8
EL FANDOM EN RELACIÓN CON LA ALTA CULTURA Y CULTURA POPULAR	13
CONSUMO CULTURAL DE MEDIOS	15
TENDENCIAS EN LAS REDES SOCIALES	17
LOS AFECTOS Y EL MARKETING	21
REDES SOCIALES Y TRANSFORMACIÓN POLÍTICA	23
PERSPECTIVA NACIONAL A TRAVÉS DE LOS MEDIOS	25
ESCUELA EN EL MARCO CULTURAL Y SU PAPEL AL CONSTRUIR COMUNIDAD	26
ESCUELA EN RELACIÓN CON LA PRODUCCIÓN DE SUBJETIVIDADES	28
CAPÍTULO 2	29
<hr/>	
MODELO METODOLÓGICO	29
<hr/>	
PARADIGMAS	29
PARADIGMA PARA LA PRESENTE INVESTIGACIÓN	36
MÉTODOS	37
MÉTODO PARA LA PRESENTE INVESTIGACIÓN	39
HERRAMIENTAS	40
<input type="checkbox"/> CONTEXTUALIZACIÓN	40
<input type="checkbox"/> CARACTERIZACIÓN:	41
<input type="checkbox"/> INFORMACIÓN/ANÁLISIS	42
<input type="checkbox"/> SISTEMATIZACIÓN	43
RUTA TEMÁTICA PARA LA INVESTIGACIÓN	44
TÉCNICAS A OPTAR PARA EL TRABAJO DE CAMPO	45
CARACTERIZACIÓN	46
CONDICIONES DE ACCESO	47
CONECTIVIDAD EN LA LOCALIDAD DE SUBA	47
ACCESO CULTURAL EN LA LOCALIDAD DE SUBA	49
CAPÍTULO 3	50
<hr/>	

SISTEMATIZACIÓN DE EXPERIENCIAS EN TRABAJO DE CAMPO	50
SESIÓN 1: PRESENTACIÓN Y RECONOCIMIENTO INICIAL DE NOCIONES SOBRE CONSUMO VIRTUAL DE LAS Y LOS ESTUDIANTES	61
SESIÓN 2: ACTIVISMO SOCIAL EN INTERNET Y LA PARTICIPACIÓN DE LAS Y LOS JÓVENES DURANTE LAS "FUNAS"	71
SESIÓN 3: MOVILIZACIÓN DE AFECTOS A TRAVÉS DEL CONSUMO CULTURAL	82
SESIÓN 4: MOVILIZACIÓN DE AFECTOS A TRAVÉS DE LA REPRESENTACIÓN	89
SESIÓN 5: SÍNTESIS DE LOS APRENDIZAJES	95
REFLEXIONES FINALES	101
BIBLIOGRAFÍA	105
ANEXOS	113

INTRODUCCIÓN

Creo que ser fan de algo es tan sano e increíble porque tienes la capacidad de poner tu corazón y tu alma en alguien que hace arte o en alguien que hace algo que te hace sentir muy bien y te mantiene inspirado y eso es lo más importante, seguir inspirado, así que sigue amando cualquier tipo de música que te guste y cualquier ídolo que tengas, es genial

Michael Clifford

La construcción subjetiva de los individuos marca la forma en que son percibidas las interacciones individuales y colectivas; por tanto en la actualidad se hace necesario identificar y analizar los procesos que forman dicha subjetividad, por lo que la presente investigación relaciona los fenómenos mediáticos de las industrias del entretenimiento con la participación en comunidades como consumidores y productores de nuevas manifestaciones específicamente en lo que incumbe a las complejas expresiones de las y los *fans*.

Asimismo, se busca darles significado a las relaciones transmedia que surgen en el internet y se propagan a las cotidianidades en los diferentes escenarios donde habitan comúnmente las y los jóvenes siendo principalmente la escuela y la familia. Pues es desde estos donde toma sentido el impacto discursivo de los medios masificados de comunicación y el uso que se les da.

Gracias a ello, con el apoyo de las y los estudiantes de grado 1102 del colegio Tibabuyes Universal se logra contextualizar las discusiones y su capacidad de acción en la educación mediante ejes fundamentales como el uso de las redes sociales, el activismo social y participación, la movilización desde los afectos y la importancia de la representación en los medios.

Todo esto estructurado para crear un recorrido que cubra desde diferentes perspectivas las fortalezas y debilidades que tiene la constante interacción de las personas con la comúnmente llamada cultura de masas siendo transversales las categorías *Fandom*, subjetividad, comunidades interpretativas, consumo cultural y escuela.

Capítulo 1

Situación problema y marco teórico

Las personas a lo largo de sus vidas tienden a construir procesos que de manera directa e indirecta les permiten cimentar sus propias subjetividades, desde la interiorización de las diversas situaciones sociales y formas de consumo, marcando así la manera en que interactúan y piensan. Ejemplo de ello es la concepción sobre el matrimonio teniendo como antecedente la relación entre los padres o al escuchar canciones de amor como *Thinking Out Loud* de Ed Sheeran. En otras palabras, los humanos tendemos a darle significado a algunas relaciones interpersonales tomando como referente interacciones de primera mano como también a los productos de las industrias culturales.

Ligado con lo anterior, es pertinente el reconocimiento de los individuos, comunidades y producciones culturales. Pues es allí donde existe, con la ayuda de nuevas tecnologías como las redes sociales, un continuo bombardeo de símbolos y significados que eventualmente permearán los espacios de interacción entre círculos sociales a los que un individuo específico pertenece, como también en los que no hace parte.

El presente texto tiene como objetivo dar unas nociones que permitan el acercamiento a las formas en que las y los adolescentes construyen subjetividades. Asimismo, las relaciones de las narrativas transmedia que surgen del fenómeno *Fandom* de diferentes producciones de las

industrias audiovisuales, a través de las comunidades interpretativas, las cuales se entienden esencialmente como un grupo de sujetos unidos por un ámbito común del cual crean una diversidad de significados para su construcción subjetiva individual y su actuación social.

Asimismo, las posibles tensiones que pueden surgir al construir subjetividad gracias a su consumo cultural según el panorama burgués de la alta cultura y la cultura popular, siendo la primera exclusiva de las clases altas y la siguiente de las poblaciones subyugadas, lo cual perpetúa desigualdades a la par que excluyen y desvalorizan.

Al mismo tiempo, la investigación esboza el papel de las comunidades y del internet en panoramas sociales y políticos actuales. Por último, situarlo en un escenario educativo escolar como un posible espacio productor y reproductor de cultura. Por lo que eventualmente en ciertos puntos del texto se profundizará de forma más clara la relación de los individuos con las categorías ya mencionadas.

Subjetividad, interiorización de significados para su construcción

Las construcciones de subjetividades suelen partir desde la interiorización de los procesos que se dan como resultados de las interacciones sociales, por lo que desde allí es posible consolidar una noción propia de cada individuo social. Es así que desde lo aprehendido se configuran sus formas de vida como el uso del lenguaje en relación con la jerga, la comunicación con las y los otros, la auto implicación y el discernimiento entre diferentes significados mediados por la subjetividad.

De igual importancia, las redes sociales y foros funcionan como áreas que se abren a la acogida de nuevas percepciones, sensibilidades y producciones al compartir interculturalmente en espacios seguros que dan la sensación de bienestar psicosocial. De este modo, la integración y

la cohesión social quizá sea posible gracias al anonimato que permite el internet, ya que las personas al comunicarse con quienes rondan estos espacios, puede que amplíen las dimensiones de un proyecto vital y agenciamiento cultural.

Introducción al Fandom, sus comunidades y subjetividad

La decisión de hacer parte de ciertos grupos sociales está atravesada por las subjetividades de las personas, inclinándose a pertenecer al ámbito que sea más compatible con las nociones con las que se cuentan. Motivo por el que los *Fandoms* tienen una participación amplia en las cotidianidades sociales.

La terminología surge del anglicismo de la contracción de *fanatic* (fanático) y *kingdom* (reino). Por otro lado, estos grupos presentan prácticas similares sin importar que su foco de interés sea diferente, por ejemplo, nombrarse de determinada manera como lo hacen las Armys, Directioners, Beliebers, Cliques, Harries, 5sosfam, Criaturitas del señor, Auroners, etc. Estos nombres muchas veces se adoptan porque dentro de los mismos *Fandoms* se acostumbra usarlos con fines de autodenominación o porque se les fue asignado; ejemplo de ello: el caso del *Fandom* de Justin Bieber que desde sus inicios se refería a sus seguidores como Beliebers.

Consecuentemente, es posible enlazar el *Fandom* con las subculturas y probablemente con las comunidades interpretativas puesto que presentan comportamientos en común como la adopción del papel de receptor y un papel activo en las discusiones de receptor participante. Para poder entender esta relación se deben clasificar las formas de producción del *Fandom* como las comunidades interpretativas lo hacen, las cuales son: Semiótica- enunciativa y textual, siendo la primera los recursos que facilitan la enunciación de pertenencia a estas comunidades como

iconos, simbología, banderas, señalización, *marketing* entre otros. Por otra parte, lo textual toma forma de concentración de las clasificaciones produciendo diferentes expresiones comunicativas.

De lado que, como lo plantea Mirta Varela sobre Lindloff es su artículo De las culturas populares a las comunidades interpretativa.

Lindloff relaciona inmediatamente el concepto de comunidad interpretativa con el de subcultura, ya que «las articulaciones que facilitan la información a través de una comunidad interpretativa pueden o no corresponderse con las articulaciones que definen estructuralmente las unidades sociales». Para Lindloff los interlocutores localizan el sentido en las tecnologías mediáticas compartidas, sus contenidos o software, códigos y ocasiones en común. (Varela, M. 1999. Pág. 5.)

De modo que, las subculturas y las formas de construir comunidades y las participaciones dentro de las mismas ya no se limitan netamente por las condiciones territoriales, económicas, de clase, género, entre otras, puesto que el poder mediático funciona como red de comunicación entre ellas.

En efecto, tanto el *Fandom* como las comunidades interpretativas configuran formas de consumo y producción exclusiva sobre sus intereses pues la capacidad de los *Fandoms* no solo pertenece a los universos mediáticos donde es capaz de crear, apoyar y eliminar narrativas en las diferentes producciones culturales, a la vez trasciende a los espacios presenciales. Pues se contrapone directamente al término receptor pasivo puesto que es partícipe cultural hacia sus adentros con expresiones artísticas que caben en la clasificación textual al elaborar manifestaciones como: *cosplay, fanarts, fanfictions, fancams*, etc.

Es así que, gracias a los estudios culturales, estos procesos de recepción y modificación toman un concepto íntimamente relacionado con la cultura popular asumiendo un papel activo, pues ya no se limita a ser lector sino también a tomar la posición de escritor sin pasar por encima del autor, al contrario, se defienden las ideas bases e integridad de los textos.

El acceso tecnológico de las y los fanáticos no suelen condicionar las producciones culturales de estos, pues con lápices, colores y hojas un aficionado puede producir su propia idea de alguna escena de un comic o intervenir alguna ya hecha. Esto en específico tiene como nombre *Fan art*.

El abaratamiento de las herramientas tecnológicas como las *tablets*, celulares, entre otras, abren en la actualidad la posibilidad a cada vez más fans de crear sus propias producciones a la par que tienen permitida una mayor difusión de éstas, como por ejemplo: Las *fancams* y *edits* que son videos creados por recopilaciones de otros videos con alguna canción o audio de alguna escena de una película o serie de fondo, dando como resultado un nuevo producto audiovisual que tiene como límites la imaginación de quien lo haya creado. A lo anterior, se suman las aplicaciones móviles y páginas web que se enfocan en ser plataformas de difusión de estas producciones de las y los fanáticos, como lo es *Wattpad* pues es allí donde se suben y se leen casi exclusivamente los *fanfictions* los cuales son cuentos, poemas, libros, etc., que se ambientan o inspiran en el producto cultural como por ejemplo: *Bratva* de Nina Alessandri, es un libro de más de 600 páginas donde los nombres de los personajes centrales se inspiran en los integrantes de One Direction.

Usualmente estas posibles comunidades interpretativas coinciden en subdividirse por semejanzas idiomáticas, pero sus limitaciones no son necesariamente ligadas al idioma o al

territorio, pues actualmente estas comunidades tienen como principal espacio de interacción las redes sociales, situación que posibilita que dependiendo la red cambie el contenido predominante, ejemplo: en *Tumblr*, *Instagram* y *Pinterest* caben las ilustraciones y *fanarts*, en *Tiktok*, videos de opinión y *fancams*, así pues *Twitter* se convierte en la red social donde se pueden encontrar mayor interacción entre *mutuals* (cuando dos cuentas se siguen entre sí), *fanaccounts* que son cuentas de alguna red social dirigidas a relacionarse entre *fans* y la producción cultural de forma más directa que por otros escenarios virtuales.

Algunas características de estas cuentas son que suelen tener la foto de algún famoso o famosa y no tener el nombre real, obviamente no con el objetivo de suplantar la identidad de alguien o algo similar sino todo alrededor de identificarse entre *Fandoms*; teniendo como nombres de usuarios alguna canción o algo significativo de su comunidad. De igual forma se organizan para lograr metas que estén bajo sus intereses, por ejemplo: Las *Harries* hicieron un proyecto para aumentar las reproducciones de Harry Styles en *Spotify* logrando que el artista sea el primer cantante masculino en tener más de 100 millones de reproducciones en todas sus canciones en la plataforma o cuando varios *Fandoms* del *kpop* se unieron para sabotear *hashtags* en Twitter cómo *#LaVozDeUribeSomosTodos* en el marco del paro nacional del mayo de 2021, reflejando el disgusto social presente en la coyuntura y una vez más utilizando el poder que tienen no como cultura de masas sino como posible comunidad interpretativa de utilizar las nuevas tecnologías para tomar voz de algo de su interés, en este caso el estallido social del que hacen parte. Pues las problemáticas que atacaban estas manifestaciones iban dirigidas a bajar indirectamente la calidad de vida de las clases populares.

Al mismo tiempo se organizan encuentros presenciales entre los *Fandoms*, en la mayoría de los casos se hacen estas integraciones para celebrar una fecha especial para ellos como el aniversario, la salida de un nuevo álbum o libro, el cumpleaños de alguien, etc. Por ejemplo: el décimo aniversario de One Direction, la salida de *As It Was* el primer single del tercer álbum de Harry Styles o cuando organizan que la pantalla del Movistar Arena de Bogotá celebre el cumpleaños de Suga, integrante de BTS. Estas integraciones suelen ser en espacios públicos como grandes parques, bibliotecas, plazas. Aunque también pueden darse en espacios privados como los centros comerciales, bares, cines y restaurantes.

Bajo las anteriores prácticas, se hace más evidente la posible relación entre comunidades interpretativas y *Fandom* pues como reconoce Stanley Fish, quien es al que se le adjudica el término de comunidades interpretativas

En cualquier campo de actividad humana, los significados y hechos, así como los procedimientos y valores, se construyen social y políticamente en la medida en que se elaboran interpretativamente a partir de presupuestos y propósitos compartidos, tan situacionales como históricamente contingentes. (González de Requena, 2009, pág. 6)

De igual importancia, las y los participantes en los *Fandoms* tienen mayor actividad durante la adolescencia pues es una etapa de transición donde los individuos buscan reafirmarse con lo que puede convertir a sus ídolos mediáticos en referentes constantes en su vida pues estos famosos presentan imágenes de sus ideologías y valores. Por esto mismo, quizá algunos medios convencionales han creado desde lo estigmatizador y adulto centrista un imaginario negativo sobre el ser *fan*. Pues ha sido esbozado como apasionado, irracional, caótico y que actúa desde la individualidad convertidos en seres asociales. Por el contrario, no se trata de minorías ni grupos

marginales aislados y solitarios, puede ser un fenómeno relevante y activo con frecuencia estigmatizado. Aun así, se ha convertido en una de las partes más visibles de los consumidores activos, efectivamente, estos seguidores entusiastas y apasionados configuran un sector del público muy dinámico y cada vez más atractivo para las industrias creativas.

A partir de los años noventa, los fans consiguen un nuevo protagonismo ya que se convierten en pioneros en el uso de las nuevas tecnologías de la información. Crean los primeros foros online y abrazan con entusiasmo las potencialidades comunicativas y creativas de la red. En la actualidad, existen infinidad de espacios dedicados a las comunidades y creadores de producciones relacionadas con el universo de los fans (Busquet i Duran, J. 2012. Pág.26.).

Con la anterior cita se puede refutar la idea popular de que solo las y los jóvenes pueden y son parte de algún *Fandom*. Ya que la construcción de subjetividad y el consumo de las industrias culturales se hace en todas las etapas de la vida posibilitando que todas las personas independientemente de sus condiciones sean partícipes de estas posibles comunidades interpretativas. Ejemplo de ello son las y los *fans* de bandas donde el *target* está focalizado a adultos, como en el caso de Binomio de Oro o Alzate, pues igual que las *Armys* configuran significados a través de las canciones de BTS, los alzatistas leen el mundo con sus propias nociones que no se atan a determinadas edades pues se transforman y adaptan.

El Fandom en relación con la alta cultura y cultura popular

La alta cultura y la cultura popular son dos términos que pretenden categorizar los productos culturales y sus consumidores en una jerarquía relacionada con su posición económica y niveles educativos, asignando a cada una de ellas imaginarios sociales como símbolos, valores,

códigos, cargas morales y éticas. De modo que las clases sociales con mayor poder adquisitivo están ligadas a producciones culturales pretenciosas que apuntan a un público específico burgués con ciertas expresiones artísticas como ópera, escultura, teatro, ballet, entre otros, con artistas representativos como Mozart, Van Gogh y Kandinsky. Se entiende entonces como el exponente de la excelencia estética, con enfoques políticos elitistas. Como consecuencia, es posible que se valore con ciertas características pues "La alta cultura dice relación con lo canónico, (...). Se entiende que encarna la excelencia estética, pero tiene una dimensión política e institucional: se considera patrimonio cultural que debe ser preservado" (Feíto, F. R. 2016, pág. 1).

De ahí que, se subyuga a las clases populares y a lo que consumen en lógicas de esta categorización como una cultura vulgar, de mal gusto, simple, analfabeta, que carece de talento y que por ende merece menos atención por parte de los intelectuales al estudiar la cultura. Sin embargo, la simplificación de la cultura popular dentro de esa categorización es ambigua pues moviliza las prácticas de los sectores populares los cuales representan un gran porcentaje de la población en torno a proyectos que en última instancia legitiman a las identidades que se reafirman a la par de representar las prácticas de estas clases populares como el trabajo, las relaciones amorosas, su interacción con los animales, etc.

El *Fandom* como posible comunidad interpretativa se relaciona con la cultura popular al corresponder con significados de agenciamiento político. Ahora bien, el posicionamiento ideológico es practicado en territorios a los que se pertenezca más allá de que los *Fandom* no se sitúen en espacios como los barrios.

Aun así, los escenarios de la cultura popular posibilitan la presencia de los *Fandoms* al permitir que los individuos se apropien de manera interpersonal y lleguen a acuerdos entre

comunidades. No obstante, quizás algunos análisis existentes de esta relación *Fandom*-cultura popular apuntan a que los *Fandoms* son el reflejo de la cultura de masas alienadas, sin criterios y al servicio de la globalización cuyas prácticas hacen difuso el valor estético a la vez que se aprovechan de ideas vanguardistas, quitándoles su valor inicial y convirtiéndolas en elementos de consumo.

Situación que en el capitalismo suele suceder y se refleja por ejemplo en la apropiación cultural cuando las Kardashians y Jenners pusieron de moda los bronceados falsos (*blackface*) en el 2018, popularizando así expresiones que pertenecen a las poblaciones negras como ciertos trenzados en el cabello o patrones textiles, siendo esto problemático pues son propias de etnias a las cuales no pertenecen y que históricamente han sido golpeadas por las supremacías. Beneficiándose así de estas expresiones, banalizándolas como una moda pasajera que después de su auge probablemente sea dotada nuevamente con connotaciones negativas.

Por otra parte, la cultura fan quizá surge desde los márgenes y se contrapone abiertamente a la alta cultura convirtiéndose en un fenómeno más profundo que la cultura de masas y consumo tal y como lo plantea Henry Jenkins "La cultura de los fans supone un desafío a la «naturalidad» y conveniencia de las jerarquías culturales dominantes, un rechazo a la autoridad del autor y una violación de la propiedad intelectual" (Jenkins, 2010. Pág. 31).

Consumo cultural de medios

Debido a las condiciones de vida que imponen a las personas un ritmo acelerado de la actualidad, la sociedad opta cada vez más por consumir desde la inmediatez cualquier estímulo que logre satisfacer sus diferentes impulsos. Situación que cubre desde las necesidades básicas como la comida, siendo el caso de los restaurantes de cadena multinacionales que prometen

saciar los pedidos en menos de 5 minutos, hasta el cubrimiento del mercado del entretenimiento. Por ello, las *apps* con contenido cada vez más corto son las que incrementan de número de usuarios con mayor velocidad. Ejemplo de ello es *Tiktok*, pues, según el informe que la misma plataforma dio en octubre del 2022, cuenta con más de 1 billón de usuarios activos de manera mensual, tardando menos de 5 años para lograr los mil millones de usuarios.

Como resultado, medios de comunicación que eran muy utilizados algunos años atrás están destinados a la caída de consumidores nuevos y constantes, es así que uno de los monstruos de la difusión: la televisión, ocupa menos tiempo en la vida de las y los jóvenes por su formato poco espontáneo y mínimamente adaptado a las exigencias culturales. No obstante, la televisión sigue teniendo poder en la influencia de opinión pública de la forma tradicional. Pero, al fin y al cabo, a los usuarios del internet les resulta más confiable la información que allí se encuentra por el papel consumidor-productor que se ocupa estando menos cooptado por una sola ideología y el libre acceso a contenido diverso.

En relación con lo anterior, bajo los intereses de la actual investigación acerca de la fuente cultural que es la música y sus derivados, se toma para evidenciar algunas de las nuevas formas de acceso y consumo en la actualidad. Es así que

El caso de la música es ejemplar, puesto que ha sido y sigue siendo la vanguardia de todas las expresiones culturales en Internet. Hoy la música, junto al audio/visual, son objeto de gran atención por parte de las empresas, los gobiernos, los investigadores, los medios de comunicación y el público en general, debido a problemas sociales tales como la llamada ‘piratería digital’ en Internet. (Calvi, 2008)

Por lo que, aun cuando el internet permite la difusión de contenido con derechos de autor más fácil que antes gracias a las herramientas de difusión como los *blogs*, *Drive*, *Twitter* entre otras, las grandes compañías legalmente dueñas de esos contenidos alegan legitimidad en las medidas de protección de sus licencias. Es así que las comunidades de internet, jugando un poco con el *copyright*, crean contenido para la libre utilización de cualquier usuario como los *covers*, *fan fics*, *cosplay* entre otros. Situación que ha obligado a las empresas a mediar de cierta manera la flexibilidad en el uso de su contenido, por ello en plataformas como *Roblox* se pueden crear videojuegos de temática libre, por lo que podemos ver incluso sátiras políticas hacia Trump a la par que suena una canción del cantante puertorriqueño Pitbull.

Si las creaciones culturales de los Fandoms contribuyen con la circulación de los contenidos y guardan cierta fidelidad con el original, la industria no bloquea o impide su actividad porque el Fandom mantiene viva la marca, hace que su valor crezca o se sostenga. Precisamente, el trabajo que hacen estos grupos permite rentabilizar las creaciones culturales de los medios. (Montauban, 2019)

De ahí que, estas dinámicas propias del internet la convierten en una red de intercambio entre usuarios-Producto cultural al exponerse en circulación en diferentes plataformas, así eventualmente adaptan características públicas y gratuitas, poniendo en duda los principios legales y éticos de los derechos de autor logrando cuestionar esta medida mercantil en el escenario cultural.

Tendencias en las redes sociales

Es una realidad el impacto que el Internet ha tenido y sigue teniendo en la vida cotidiana. A medida que la tecnología evoluciona y la infraestructura crece, es cada vez más común estar

conectados a las redes sociales y otras plataformas *web* las 24 horas del día, siempre y cuando las condiciones lo permitan. Debido a esta comunicación constante, las redes sociales son hoy en día una gran fuente de información valiosa. Por esta razón, el análisis de estos datos puede ser importante para comprender fenómenos sociales y las características de las personas que las utilizan.

Las tendencias en las redes sociales dependen de muchos factores, como el contenido que está siendo compartido y discutido por los usuarios, los eventos actuales, noticias, la influencia de las personas y las marcas. También depende de la plataforma, ya que cada red social tiene su propia cultura y forma de funcionar, por lo que priman tendencias en algunos casos de determinadas influencias políticas que se mueven en dicha plataforma. Es importante tener en cuenta que las tendencias en las redes sociales pueden cambiar con velocidad.

Consecuentemente, para entender las dinámicas que se dan en las plataformas *web* primero se debe tener una noción de lo que significan las redes sociales. Es así que

Danah Boyd y Nicole Ellison

definen las redes sociales online como los servicios basados en internet que permiten a los individuos: construir un perfil público o semipúblico dentro de un sistema delimitado, articular una lista de otros usuarios con los que comparten una conexión, así como ver y recorrer su lista de conexiones y las hechas por otros dentro del sistema. (Boyd & Ellison, 2007)

Las razones por las que se decide no solo crear una cuenta en alguna red social, sino también ser un usuario activo en ella dependen del contenido que estas *webs* ágilmente seleccionan. Esto por medio de algoritmos que predicen el material que más se ajusta a los

gustos del consumidor dando visibilidad de manera específica a cada individuo. Esto, tomando como apoyo las publicaciones con las que se interactuaron previamente. Por lo que entre más se interactúe con dicha página más se alimenta al algoritmo. Debido a ello, se crea la noción de seguridad y plenitud en estas plataformas, pues el usuario no se expone a interactuar con personas y contenido que no le agrada o simpatice en sus expresiones subjetivas, al menos que así el perfil lo quiera.

Las tendencias en las redes sociales tienen un impacto en la forma en que las personas piensan y actúan. Por ejemplo, una tendencia puede influir en la manera de vestir, hablar o incluso en las elecciones políticas. De allí, las redes sociales pueden ser utilizadas por las empresas para promocionar sus productos y servicios cooptando la opinión. Como lo plantea José Luis Orihuela en su libro *Internet: la hora de las redes sociales*

Las redes sociales son los nuevos espacios virtuales en los que nos relacionamos y en los que construimos nuestra identidad, pero también funcionan a modo de sistema de filtro y de alerta en la medida en que permiten un ajuste del flujo de información que recibimos en función de nuestros intereses y de los intereses de aquellos en quienes confiamos. (Orihuela, 2008)

Asimismo, las actividades en las redes sociales no se limitan a actuar individualmente debido a que muchas veces funcionan como una comunidad autorregulada con intereses compartidos, por lo que, las conexiones entre los usuarios en una red social crean mecanismos de corrección y reducción de comportamientos. Ejemplo de ello son las "funas" o cancelaciones, las cuales funcionan como forma de exponer a una o más personas al escarnio público en pro de denunciar alguna actitud que no sea bien vista para cierto sector de opinión, pues la necesidad de

acción ante el inconformismo también se acoge a las dinámicas virtuales. Por lo que, no quiere decir que la movilización social tradicional de salir a las calles carezca de participación, sino al contrario los debates ciudadanos trascienden a los espacios participativos virtuales, pues se expresan y se acogen de otra manera.

Lo discutible de esta práctica, es que al ser aparentemente fácil y sin una consecuencia directa, se realizan banalmente al punto en que bajo la misma función de denuncia se encuentran casos graves y repudiables como el del cantante Chris Brown por violencia sexual y agresión física o la del *Youtuber* DalasReview por comentarios racistas, estos entre otras "funas" gratuitas que no equiparan la seriedad de las denuncias. Como ejemplo: la acusación al cantante Harry Styles de adoctrinar a las masculinidades por salir en la portada de revista Vogue usando un vestido siendo un evento de notable visibilidad al obtener casi 8 millones de *likes* en Instagram en su cuenta personal. Asimismo, el caso de la cantante Demi Lovato cuando se quejó de una heladería que ofrece productos sin azúcar acusándoles de incentivar una cultura de la dieta. Estos fueron sometidos a oleadas de opiniones que acabarían en el olvido pero que a su vez replicaron acciones de acoso e intimidación.

Desde lo anterior, se hace necesario un análisis hacia las redes sociales no solo orientado a las cifras en relación al número de usuarios, sino también a qué discursos y opiniones se solidifican dentro de estas páginas. Dado que hay momentos en que la virtualidad y la realidad influyen entre sí, dando como resultado debates tales como ¿Se debe separar el arte del artista? ¿El activismo cibernético funciona? ¿Qué tanta influencia tiene la opinión que se da en redes sociales sobre otros y en sí mismos?

El mundo de las redes sociales al ser tan amplio e interconectado permite una variedad de consecuencias que permean la vida de una persona, pues,

La participación ciudadana de épocas anteriores implicaba formas de movilización que hoy ya no se encuentran en la vida social o no tienen el vigor de antes y que, en todos los casos, se traducen en nuevas formas menos presenciales. (Igarza, 2010)

Es así que, el uso cada vez más constante del internet valida su presencia en situaciones donde antes no eran necesarias por su simplicidad como lo era hacer una fila en un banco, adquirir alguna promoción en un almacén o ingresar a plataformas de empleo.

Los afectos y el Marketing

Los afectos se pueden entender como la disposición emocional o corporal que forma un individuo por medio de estímulos. Por lo que son los responsables de establecer límites. Por ende, pueden ser negativos o positivos y se proyectan hacia una persona, alguien o algo que despierta el interés. Estos vínculos determinan el desarrollo de los individuos en pro a sus afinidades y antinomias.

De ahí que, los significados a los que una persona está expuesta al tener interacción con productos culturales, producen un sin fin de afectos que hacen al individuo empatizar con un determinado discurso. Paralelamente, se ejercen estos afectos tanto individual como colectivamente, ejemplo de ello son las comunidades interpretativas y *Fandoms* que tácitamente confraternizan, escenario que las industrias aprovechan para utilizar una técnica llamada *marketing* experiencial la cual incentiva a los consumidores, en este caso a las y los fans a crear conexiones emocionales.

Lo anterior, bajo la dirección de los equipos de *marketing*, los cuales son los encargados de hacer estudios de mercado que posibiliten diseñar un plan de trabajo que se acomode a las especificidades de cada *Fandom* o comunidad. Un ejemplo son las tiendas *Pop Up* donde el objetivo no es solo vender sino crear espacios exclusivos alrededor de una marca u artistas que también se les puede considerar marca, usualmente estas tiendas son instaladas por eventos únicos como el lanzamiento de un álbum, una nueva colección de *merch*, entre otros.

Es así, que los *Fandoms* y las comunidades movidas por los afectos se vuelven embajadores de una marca, convirtiéndose en el mayor canal de comunicación e influencia para nuevos públicos. Llegando a ser aún más poderosos que el *marketing* tradicional, usualmente utilizado por las grandes industrias. Recíprocamente la movilización de los productos por parte de las comunidades logra dar más autonomía a los artistas, como lo dijo el cantante Louis Tomlinson durante la promoción de su segundo álbum dirigiéndose a sus *fans*, "Si no recibo atención en la radio, si mi sello discográfico decide que mañana ya no me quiere, tengo a mis fans" (Tomlinson, 2022); "¡La única opinión que realmente me importa es la tuya! (...) ¡Ustedes me dieron la confianza que necesitaba para hacer la música que quiero! Muchas gracias por todo el apoyo que me dan siempre" (Tomlinson, 2022).

De modo que los afectos que logran movilizar a un individuo, incluso a las comunidades, ponen en tensión a los mercados multimillonarios, pues estos poco a poco se obligan a ver a sus consumidores como seres con intereses y capaces de discernir entre discursos y significados que quieren apoyar o al contrario abandonar.

Redes sociales y transformación política

En la multiplicidad de dinámicas, comunidades, significados y escenarios que se presentan a raíz de las industrias del entretenimiento, hay cabida de paralelismos y análisis que respaldarían tanto temáticamente como de manera didáctica la experiencia educativa de las y los adolescentes. Por lo que el panorama político, el cual está fuertemente influenciado por la opinión popular y las herramientas virtuales están fuertemente relacionados.

Las redes sociales como *Facebook*, *Twitter*, *WhatsApp* entre otras, se han convertido en plataformas para la movilización política pues los cortos periodos de tiempo de viralización y de opinión, permiten que los debates coyunturales se permeen de declaraciones de los implicados como de los espectadores sin la necesidad de ruedas de prensa o conferencias ya que basta con un *tweet* de menos de 280 caracteres para hacer juicios.

De ahí que los políticos de todo el mundo se preocupen por ocupar su lugar en las redes sociales sin importar sus ramas ideológicas, edad, género o nación; ya que entienden el impacto y ciberactivismo que en el internet se cosecha, por lo que se añade un nuevo puesto de gestión de redes al equipo de trabajo de cualquier figura política. Así, la repercusión social varía de acuerdo al escenario en el que se presente, como por ejemplo en temporada de elecciones pareciera que, en la mejor de las situaciones, las redes sociales crean un ambiente de igualdad en la arena política, permitiendo que más candidatos tengan una plataforma para hablar y obtener apoyo. Sin embargo, las redes sociales se prestan para difundir información falsa y promover discursos discriminatorios.

Convirtiéndose casi en un concurso de popularidad primando la estrategia de redes sociales sobre sus capacidades de gobierno, como lo hizo el candidato a presidencia de

Colombia, Rodolfo Hernández durante el 2022, autoproclamándose “rey de *Tiktok*”. Aun así, no siempre la política logra adaptarse a las particularidades, como por ejemplo cuando la senadora María Fernanda Cabal subió un *tweet* con intenciones de exponer a unos presuntos guerrilleros de las FARC a la par del comentario "El terrorismo transnacional promovido por el Foro de São Paulo" adjuntando fotos de 4 de los *Youtubers* más conocidos de habla hispana, evidenciando que no verifican la veracidad de sus fuentes antes de hacer acusaciones de ese peso en redes sociales banalizando su impacto social. Por lo que ponen en duda su capacidad de ejercer las funciones constitucionales y legales, para promover el bien común y el desarrollo de la sociedad. El caso de la senadora no es aislado, es muy común en Colombia y otros Estados latinoamericanos. Sin embargo, no es posible descartar la posibilidad de que esos “errores” sean una herramienta para llamar la atención de los usuarios sobre dichos perfiles.

Así mismo, estas interacciones cercanas entre las redes y personajes políticos no son exclusivas de América Latina. Se cree que una de las primeras campañas electorales que tomó en cuenta a los usuarios del internet para juntar votos sucedió en el año 2008 de la mano del expresidente de Estados Unidos Barack Obama transformando el panorama pues “La campaña de Obama adoptó trazas de movimiento social con un fuerte componente de movilización digital de base” (Bimber, 2014).

Demostrando que las discusiones no solo quedan entre simples usuarios de internet cuyas opiniones no tienen mayor impacto individual en el panorama cotidiano, sino también se trasladan al escenario virtual debates que repercutirán la vida de los ciudadanos de un Estado.

Perspectiva nacional a través de los medios

Las coyunturas económicas determinan el cómo las personas consumen y las industrias producen. De allí que el analizar dicho contenido y sus formas de *marketing* otorga nociones sobre cómo una nación se percibe a sí misma y cómo desea ser percibida por otros. Esto es particular a cada país por más que haya un consenso social y comercial sobre lo que está de o no de moda. Un ejemplo de ello son las censuras que se imponen a algunas portadas de álbumes musicales o videos en países de Medio Oriente, siendo los principales atacados cuerpos femeninos, dando un mensaje directo sobre su concepción del deber ser de las mujeres.

Uno de los mayores acontecimientos que pertenecen al argumento anterior, es la carrera espacial protagonizada por la Unión Soviética y los Estados Unidos para demostrar superioridad tecnológica, científica y económica. Esto estuvo acompañado de una gran campaña mediática que desde un análisis estético hacía notoria la búsqueda de la supremacía por medio de íconos, estructuras, colores, entre otros que proyectaban mensajes claros sobre cuál era la nación que merecía ser la verdadera potencia mundial, mientras se planeaba la hegemonía ideológica

Esta batalla por alcanzar nuestro satélite librada entre gobiernos, ejércitos y científicos de ambos países, también se vería reflejada en el arte, la prensa, la publicidad y la propaganda de ambos bloques (...) lucha mediática y propagandística que tuvo lugar en aquella época. (Rodríguez, 2019)

Los resultados de aquel suceso el cual ganaría Estados Unidos hacen parte del discurso nacionalista de aquel país aproximadamente cinco décadas después. Dejando imágenes icónicas como Laika, la perra astronauta propia de la Unión Soviética y el alunizaje estadounidense.

Desde allí, es posible señalar que las subjetividades de las y los individuos de dichas naciones se establecen empapadas de multiplicidad de escenarios discursivos cercanos a sus realidades, por ende, tienen mayor facilidad a la participación de estas coyunturas políticas en el internet. Es así que, en el marco de una educación relacionada con la sociedad actual y sus dinámicas, se deba matizar el impacto de los medios y cómo afecta políticamente a las naciones que al fin y al cabo establecen las cotidianidades humanas.

Escuela en el marco cultural y su papel al construir comunidad

Tal vez en algunos escenarios escolares se lleguen a obviar las subjetividades y comunidades a las que las y los estudiantes pertenecen, homogeneizando las formas de aprender. De allí, que a veces se cree el imaginario popular de la escuela desde una mirada adulto centrista minimizando a las y los adolescentes como si sus construcciones fuesen frívolas tendencias juveniles. Posiblemente creando así una escuela no contextualizada y desmotivadora. En consecuencia, es importante reconocer a la escuela como productora de comunidad que quizás perpetúe modelos culturales que caigan en el determinismo al folclorizar a las poblaciones, al hacer una caracterización territorial desde una posición ajena a quienes lo habitan. Como lo menciona Sandra Guido Guevara

El contenido del Plan sectorial de educación vigente para la nación evidencia una tendencia a homogenizar la gestión administrativa y pedagógica de nuestro sistema educativo, aspecto que va en contradicción con el reconocimiento de la diversidad, pues los grupos étnicos, requieren de modelos educativos propios, diferenciados y descentrados que respeten su cultura. (Guevara, 2010, pág. 12)

La escuela como productora de nación y universalidad en busca del “progreso” no ha dado los mejores resultados puesto que en la pluralidad no es fácil llegar a consensos con todos los actores e ideologías estatales ni con los grupos que históricamente han sido golpeados socialmente como los indígenas, afrodescendientes, población LGBTIQ+, mujeres, jóvenes entre otros.

Más allá de los resultados, intenciones o el deber ser de la escuela, es un espacio multidimensional que ha tomado ciertas libertades en sus prácticas al pasar los años. Consecuentemente, no es que cumpla mal con sus acciones, sino que debe reconocerse como productora de cultura donde es posible que se reiteren los discursos que en la actualidad quedan obsoletos al no dar cabida a diferentes voces.

Por ejemplo, cuando se enseña la geografía desde las regiones de Colombia describiéndolas como una cultura uniforme, sin importar que, si bien varias comunidades comparten similitudes y códigos alrededor de la territorialidad, en la actualidad es imposible dividir por grandes sectores a la mayoría de territorios, ya que gracias a las nuevas tecnologías y procesos comunales las fronteras entre sí son cada vez más difusas, a la vez que es viable pertenecer a más de una comunidad posibilitando sus proyecciones comunales fuera de un espacio presencial.

En la historia reciente se hace énfasis en el reconocimiento de comunidades que trasciendan las entidades macrosociales como nación o clase, y en cambio se dirige a grupos que se consolidan en interculturalidad como los religiosos, conglomerados deportivos, colectivos y aficiones pues son comunidades donde varias culturas participan, y a su vez construyen la noción

de una cultura común. Estas "nuevas" comunidades interpretativas se distinguen en relación con sus procesos simbólicos de consumo y producción.

Escuela en relación con la producción de subjetividades

Como se mencionó en el subtítulo anterior, la escuela es un escenario productor de cultura. Pero esta misma tiene la capacidad de adaptarse a las condiciones tanto políticas como económicas de quienes la construyan. Debido a esto, es posible que existan espacios donde se de libertad a las subjetividades sobre la imposición de la cultura convencional, a la par que se dejan en un pasado las pedagogías que veían tanto a los maestros y a los estudiantes como seres vacíos los cuales la escuela tenía que llenar de datos y capacidades, pues en la actualidad dependiendo del modelo educativo, quizá se reconoce a todas las personas del ambiente pedagógico como seres pertenecientes a algún *Fandom*, intereses, gustos y con capacidad de refutar e interactuar con el conocimiento que la escuela presenta.

De allí, es importante relacionar las subjetividades y las construcciones subjetivas de las personas con el escenario escolar, en este caso específicamente con la participación de estos individuos como *fans*, aun así, en algunos casos el panorama puede ser desalentador pues como lo plantea el subtítulo anterior es un escenario que depende de diferentes factores que parten tanto del curriculum como del lugar donde esté situado teniendo como consecuencia la repetición de significados negativos hacia las subjetividades fuera de la norma de las hegemonías, cayendo en actitudes represoras y estigmatizantes siendo los principales afectados las y los jóvenes pues comparten características como por ejemplo: ser contestatarios, rebeldes que toman sus propias decisiones siguiendo sus criterios y los continuos cambios individuales. Lo anterior son actitudes que no tienen cabida en los modelos educativos tradicionales como en la pedagogía bancaria que

teoriza Paulo Freire ya que bajo esas condiciones educativas causarían molestias a quienes la imparten.

Capítulo 2

Modelo metodológico

A partir de una lectura previa desde una serie de investigaciones de origen multidisciplinar de temáticas similares a esta, se expondrá lo encontrado de un total de diez escritos¹ con el fin de enunciar como está la discusión de las diferentes categorías que el actual problema investigativo propone (*Fandom*, subjetividad, comunidades interpretativas, consumo cultural y escuela) en cuanto a paradigmas, métodos y herramientas de investigación.

Concluyendo finalmente con un esbozo del modelo metodológico que la presente investigación podría utilizar para el desarrollo de los diferentes objetivos tanto generales como específicos.

Paradigmas

En la mayoría de los textos consultados, especialmente los que tratan al *Fandom*, subjetividad y escuela se fundamentan desde un paradigma posestructuralista orientado a lo lingüístico y discursivo. Hay que aclarar que no necesariamente se habla del discurso oral o escrito, sino de cualquier tipo de acto, objeto, situación que involucre la significación de lo producido.

¹ Dentro de los textos consultados se encuentra una variedad de formatos entre ellos artículos de revistas, reseñas y tesis.

El paradigma posestructuralista nace en 1960 con el fin de discutir a su "antecesor" el estructuralismo, corriente que reconoce las estructuras (sistema de normas) que se relacionan con el todo (funcionamiento de las cotidianidades). El estructuralismo es utilizado como metodología en múltiples campos de investigación como por ejemplo: etnografía, antropología, psicoanálisis, arquitectura, etc. Esta divulgación a disciplinas tan diferentes hizo sentir la necesidad de mediar normas y terminologías que fueran comunes al uso en los distintos campos. En cuanto a las estructuras sociales se refiere, tienen la capacidad de autorregularse y transformarse según la coyuntura lo demande. Por ende, sus formas de producción de significados están sujetas a un sistema subyacente de convenciones que los hagan posibles. Por lo que el conocimiento y las relaciones de poder producidas surgen como consecuencia y no súbitamente.

Por otra parte, el posestructuralismo propone el cuestionamiento de los significados, reconociéndolos como una multiplicidad, a la vez que hace una crítica del conocimiento totalizante de su antecesor el estructuralismo, de la misma forma, priman las subjetividades, el lenguaje, el poder, el deseo y la representación como categorías discursivas.

De igual forma, el poder en el posestructuralismo es primordial para el análisis de los sujetos pues es una categoría transversal a las expresiones humanas. Desde la influencia de Foucault el posestructuralismo reconoce las diversas formas de poder transversales a la producción de conocimiento pues así se establecen los discursos dominantes negándole autonomía a los sujetos. Aun así, enfatiza en el surgimiento de subjetividades con dinámicas de resistencia y reconfiguración del poder dominante. Situación que por ejemplo autoras como Judith Butler profundiza con las subjetividades *queer* y su potencial performativo.

Jacques Derrida propone el concepto de deconstrucción, poniendo en duda lo establecido como algo inmutable como antes se creía que era el lenguaje. Puesto que para el posestructuralismo el lenguaje no existe como un sistema de diferencias dentro de un conjunto único de signos, sino como un forcejeo político (control legitimado de las burocracias públicas y de las fuerzas armadas) donde se generan multiplicidad de significados cuya connotación es temporal.

Es así que en trabajos de investigación como Unidades lingüísticas empleadas por los fans del anime y del manga en la ciudad de Córdoba (Kovaluk & Menti, 2021) hacen uso del posestructuralismo precisamente pues tienen como objetivo hacer un rastreo etimológico de las jergas en las comunidades *otakus* en Córdoba, Argentina y las transformaciones y adaptaciones que han tenido gracias al consumo de producciones audiovisuales de origen asiático y angloparlante. Así lograron obtener resultados como ellos lo cuentan "En este caso, las personas que consumen productos culturales japoneses como el anime y el manga han creado y emplean una variedad o código especial al que denominamos otaku". (Kovaluk & Menti, 2021)

De acuerdo al posestructuralismo, los resultados dan cuenta dentro del discurso, en este caso de la cultura *otaku* en Córdoba, Argentina, se reemplaza la jerga que es afín al idioma oficial que es el español, con anglicismos occidentales. Siendo así las formas en las que la construcción de significado y utilización del idioma es representación del poder en el lenguaje y sobre los cuerpos, reproducida cotidianamente en la vida social

Por otro lado, como ya se mencionó no solo se trata del significado de la lengua pues en otras investigaciones como *Lesbian Fandom remakes the boy band* (Pruett, 2020) y Transmedia, la magia de la industria: el fenómeno de Harry Potter y su constitución como narrativa

transmediática que genera prosumerismo, comunidad y fidelización (Sotelo, 2016) utilizan el paradigma orientado al poder desde una intervención política, puesto que las tramas de ambos ejemplos son utilizadas en pro de analizar y reconocer a los *Fandoms* como comunidades que sobrepasan lo virtual haciendo paralelismo entre el producto cultural y sus cotidianidades orientadas al género, sexualidad y feminismo.

Por ejemplo: en ambos casos se presenta como estas nuevas subjetividades que se construyen al margen de lo normativo pero que a su vez son consumidoras de producciones culturales consideradas *mainstream*, resignifican y crean significados más cercanos a sus subjetividades, principalmente desde el feminismo e identidades no normativas.

Por lo que se cuestiona al poder mediático únicamente como difusor de contenidos concretos, pues, en la medida que surgen nuevas estructuras sociales que transformen el lenguaje como es el caso del feminismo y subjetividades *queer*, los debates sobre los discursos tensarán la discusión sobre los significados originales. Por lo que constituye una acción política *queer* actual que reinterpreta las estrategias y objetivos políticos de los movimientos sociales.

Hay muchas más cosas que se pueden analizar del universo Harry, que es tan rico y tan variado que desborda temas como la política, la simbología, la lucha de poderes, el feminismo y otro tipo de categorías que se ven en la historia y podría seguir enumerando. (Sotelo, 2016)

En suma, el posestructuralismo cubre también estas subjetividades no hetero normadas con autoras como Judith Butler y Beatriz Preciado. Ellas adoptan lo performativo y estético que responde a las estructuras políticas del *statu quo*, las cuales se encuentran especialmente en

expresiones culturales que esta investigación se propone analizar como la danza, música, letras, ídolos, etc.

En el caso de las comunidades interpretativas, se aborda desde la perspectiva posestructuralista con académicos como Jesús Martín Barbero, el cual entiende el proceso de las subjetividades como receptores de significados de la interacción social y de un contexto histórico, determinando así los límites y libertad del individuo.

De este modo, en uno de los textos previamente leído *De las culturas populares a las comunidades interpretativas* (Varela, 1999), se permitió revisar los parámetros sociales que desde una posición de poder establecen a ciertas poblaciones como populares, a condiciones específicas y cómo estas reconfiguran nociones sobre la cotidianidad gracias a las lecturas que hacen como comunidad.

En el presente trabajo propongo revisar las consecuencias teóricas y metodológicas de la consecución de dicho consenso a partir del modo en que la teoría de la recepción y el consumo se ha vuelto el parámetro desde el cual plantear las relaciones de dominación y las representaciones de los sectores populares. (Varela, 1999)

Por otro lado, el paradigma posestructuralista no es el único utilizado en los textos consultados pues, aunque tienen menor presencia, el socio-crítico e interpretativo se encuentran como posicionamiento para algunas investigaciones. El paradigma socio-crítico nace en el siglo XX en la escuela de Frankfurt como respuesta al positivismo, el cual plantea que el conocimiento se encuentra en las verdades científicas. Consecuentemente, el paradigma sociocrítico postula que la ciencia no es imparcial, así que es necesario el estudio de tecnologías, ciencias y poder en las transformaciones sociales, haciendo uso principalmente de la investigación participativa

(término que se explicará con mayor detalle en el siguiente subtítulo) porque el paradigma transita entre lo empírico y lo interpretativo logrando la autorreflexión como sociedad y la conciencia de la misma para que cada quien tome conciencia de su participación en los cambios sociales. Asimismo, la autorreflexión funciona como punto de partida del reconocimiento mediante el cual los individuos explican por qué les frustran las condiciones bajo las cuales actúan, y se plantea la acción necesaria para eliminar tales molestias, así como plantear soluciones de aquellas frustraciones y mejorar las condiciones como grupo.

Bajo la misma lógica, los dos textos que comparten el paradigma socio-crítico consultados para este análisis metodológico, coincidentalmente se centran en las comunidades interpretativas. Es así que *Narrativas y comunidades interpretativas transnacionales: perspectivas en interacción* (Estupiñán, 2018) y *Gabriel García Márquez en las páginas de El Tiempo y Lecturas Dominicales: configuración de las comunidades interpretativas y de la institucionalización literaria* (Méndez, 2015) hacen un recorrido histórico de las formas de comprensión de sucesos con paralelos en el tiempo, comprensión de receptor y significados producidos por el autor original, evidenciando la configuración de las comunidades interpretativas y las legitimidades que estas otorgan.

Es así que, desde las publicaciones centradas en Gabriel García Márquez en el diario *El Tiempo* se pueden orientar las nociones de hechos históricos en Colombia, poniendo en discusión los relatos iniciales como por ejemplo la masacre de las bananeras. “se produce una ruptura entre el tiempo mítico y el histórico, destacando tres deslizamientos que se mueven entre la realidad histórica y la ficción literaria” (Osorio & Córdoba, 2015); “Se trata de temas y

problemáticas de candente actualidad, que nos invitan a mirar hacia atrás para comprender nuestro hoy, pero también para entrever nuestro mañana” (Estupiñán, 2018).

Las dos anteriores citas reflejan los objetivos de ambos estudios y cómo por medio de decisiones consensuadas tácitamente se es consciente del recorrido histórico que la humanidad transita. Por lo que, como consecuencia intenta hacer una predicción de cómo las gestiones sociales podrían ir moldeando nuevas concepciones gracias a las dinámicas particulares de las comunidades interpretativas. Como por ejemplo la resignificación a partir de las lecturas específicas y discusiones dentro de la comunidad. Es así que:

Lindloff relaciona inmediatamente el concepto de comunidad interpretativa con el de subcultura, ya que «las articulaciones que facilitan la información a través de una comunidad interpretativa pueden o no corresponderse con las articulaciones que definen estructuralmente las unidades sociales». Para Lindloff los interlocutores localizan el sentido en las tecnologías mediáticas compartidas, sus contenidos o software, códigos y ocasiones en común. (Varela, 1999)

Por último, el paradigma interpretativo impacta en este análisis exclusivamente en uno de los textos abordando la categoría de subjetividad. Este paradigma nace a finales del siglo XIX fundamentado desde diferentes escuelas alemanas con el objetivo de ser una alternativa al paradigma positivista, puesto que se centra en el proceso del conocimiento de relación sujeto-objeto recíprocamente en interacción permanente. Usualmente en las investigaciones basadas en el paradigma interpretativo, la persona que investiga profundiza en su objeto de estudio, contribuyendo en el proceso, teniendo claro que los resultados no son con el fin de generalizar.

Siendo que, en el ejercicio descriptivo y análisis de lo particular y único de los fenómenos se observa con mayor detalle lo diferencial entre ellos.

Es así que en Tiempo escolar y subjetividad: significaciones sobre la práctica docente en escuelas de tiempo completo (Pérez, Ferrer, & García, 2015) se investiga desde un escenario cercano como lo es la escuela y sus participantes con el fin de identificar como sus comportamientos e identidades y labor docente mutan a medida que interaccionan entre sí.

El presente trabajo constituye un avance de investigación, cuyo propósito fundamental es analizar la forma en que los maestros de educación básica, adscritos a escuelas de tiempo completo, interpretan y le dan sentido a su labor a partir de la articulación entre las condiciones institucionales del centro escolar y la práctica pedagógica emprendida cotidianamente. (Pérez, Ferrer, & García, 2015)

Es así que mediante el paradigma interpretativo los docentes y otros actores escolares se reconocen desde el significado de las acciones humanas, en su práctica social y cotidiana como lo es en el caso concreto de la investigación.

Paradigma para la presente investigación

La presente investigación no tiene la intención de optar por un paradigma en específico como único a utilizar puesto que para las categorías a trabajar es de beneficio el análisis desde la multiplicidad. Aun así, con base a los anteriormente expuestos se inclinará hacia el posestructuralismo e interpretativo. Debido a los conceptos a desarrollar por el paradigma posestructuralista de acuerdo a sus orientaciones lingüísticas y discursivas, de igual forma, se optará la problematización de las estructuras sociales, poder y representación puesto que dan

apertura a las subjetividades y la libre manifestación desde particularidades individuales como colectivas, en transformación de lo producido y consumido.

Asimismo, el paradigma interpretativo tiene un carácter descriptivo y analítico, principalmente en algunas etapas de la investigación, enfocadas a las relaciones comunidad interpretativa- *Fandom* y subjetividad-*Fandom*. Pues reconoce que los resultados de estos análisis no son con el fin de generalizar sino indicar singularidades, cosa de gran importancia cuando se hable de *Fandoms* específicos.

Métodos

En este apartado del análisis, se presentarán los métodos reconocidos que se aplicaron para la realización de los diez textos consultados. Especificando de qué manera los aplicaron y en qué consisten. Algo común entre las investigaciones es la utilización de lo cualitativo y cuantitativo para la recolección y participación en el proceso práctico, también fue utilizado en la etapa de la organización de la información recolectada, puesto que no todos los datos pueden ser vistos bajo la misma lupa, en las categorías están presentes las experiencias, nociones, lecturas, entre otras subjetividades.

Lo cualitativo no tiene como fin el conocimiento total de una muestra como algo único, sino la representación del mismo en una selección previa.

Los estudios cualitativos no pretenden generalizar de manera intrínseca resultados más amplios, ni obtener muestras representativas (por la ley de probabilidad); tampoco buscan que sus estudios se repliquen. Se fundamentan en un proceso inductivo (exploran y describen, y generan perspectivas teóricas). Van de lo particular a lo general. (Sotelo, 2016)

Con estas muestras no se intenta jerarquizar unas sobre otras, puesto que son valiosas gracias a sus individualidades. Siendo esto importante en las investigaciones con tintes sociales debido a que, como lo plantea el paradigma posestructuralista, los individuos son cambiantes, con capacidades de adaptación y transformación. El método cualitativo con funciones de identificación de resultados es utilizado en los escenarios de una participación directa con el objeto de estudio como en los siguientes casos:

En una primera etapa, se realizó un análisis cualitativo de la información empírica... Posteriormente, se cuantificaron las unidades lingüísticas incluidas en cada una de las categorías y se comparó su distribución en el corpus de datos según la edad de los participantes que las proporcionaron. (Kovaluk & Menti, 2021)

La metodología en la que se sustenta este artículo es de carácter cualitativo centrada en dos técnicas. Por un lado, se realizaron entrevistas por Skype a los principales gestores... también a quienes participaron desde distintos lugares en calidad de colaboradores académicos y/o especialistas (Albarello & Mihal, 2018)

Por otro lado, lo cuantitativo tiene un carácter estadístico para describir, explicar y predecir fenómenos mediante datos numéricos. De allí que sea utilizado en los momentos donde la información es exacta, generalmente ayuda a sustentar teóricamente las experiencias de los individuos. Por tanto, no es tan común verlo como único método en las investigaciones, sino complementando lo cualitativo, "Enfoque mixto que combina el empleo de procedimientos de análisis cualitativos y cuantitativos para responder al planteamiento del problema". (Kovaluk & Menti, 2021)

Eventualmente con menor presencia, pero no menos importante se encuentra la observación participante. La primera es usualmente relacionada con lo cualitativo y consiste en trabajar con el objeto de estudio no solo en calidad de observador sino en la participación de los escenarios logrando una mayor cercanía con las cotidianidades estudiadas, permitiendo recolectar lo esporádico de las situaciones.

Especialmente en uno de los textos seleccionados para analizar utilizan el método de observación participativa para cumplir su finalidad, así es como lo manifiestan en Unidades lingüísticas empleadas por los fans del anime y del manga en la ciudad de Córdoba "La primera autora observó y participó en seis eventos y reuniones de los fans del anime y del manga que se desarrollaron en la ciudad de Córdoba durante el período 2016-2018". (Kovaluk & Menti, 2021)

Método para la presente investigación

Como ya se mencionó con anterioridad, el método cualitativo y cuantitativo son fundamentales para el proceso investigativo. Pues se relacionan con las diferentes categorías. Siendo lo cualitativo lo más apto para los datos relacionados con la experiencia y afectos y técnicas de lo cuantitativo con mayor utilidad para el manejo de los datos numéricos y estadísticos. Por lo que ambos métodos serán utilizados.

Asimismo, por el interés de la investigación en la participación de todas las subjetividades incluyendo a la investigadora, se utilizará la técnica de observación participante para el análisis de redes sociales y el trabajo que se realizará junto a las y los estudiantes en el colegio Tibabuyes Universal I.E.D

Herramientas

Las herramientas se establecen después de tener claros los objetivos a lograr, por ende, son un elemento determinante para la realización en las diferentes fases de la investigación, acomodándose a las acotaciones del paradigma y métodos previamente adoptados por cada texto. Es así que en este apartado se dividirán en cuatro etapas: Contextualización, Caracterización, Información/análisis y Sistematización. Consecuentemente es de aclarar que en algunos casos de los textos consultados no se cumplen todas las etapas pues al tratar categorías diferentes entre sí, adaptaron sus herramientas para su interés en específico.

De la misma forma, las herramientas reconocidas en las investigaciones consultadas pueden ser descritas desde la generalidad, puesto que una característica particular de los trabajos que analizan las categorías (*Fandom*, subjetividad, comunidades interpretativas, consumo cultural y escuela) es que no suelen ser tan abiertos al momento de describir las metodologías y herramientas que fueron utilizadas para su desarrollo, ya que se proyectan más a la exposición de resultados.

➤ **Contextualización:** tienen la función de otorgar la información necesaria para entender con mayor claridad la investigación y ver qué características están previamente presentes con función de reconocer el contexto de los estudios. La contextualización puede analizar imágenes, discursos, personas, etc. Algunos ejemplos utilizados en las investigaciones son: Textos e imágenes producidas por el proyecto y material disponible del *Fandom* en internet, recolección de datos de redes sociales relacionadas con las comunidades y el producto cultural, partir de supuestos para analizar los resultados de los análisis de redes, etc.

➤ **Caracterización:** Consiste en identificar cuales características son propias de la población previamente seleccionada para el desarrollo de la investigación. En algunos casos es en esta herramienta donde se determinan características sobre los sujetos, como el género, edad, ideologías, *hobbies*, entre otros. Ejemplo de ello: Variable gen lectal (edad), producción *Fandom* de libre elección y de escritura orientada bajo el acompañamiento docente y análisis arquitectónico del género en clase de carteles de películas *fanmades* y oficiales.

Es así que, en Productos culturales y productos en el aula: un análisis dialógico-crítico del Fandom de Harry Potter y la franquicia de mi villano favorito (Paula, Barissa, & Oliveira, 2019), investigación que se realizó en una escuela, se llevaron carteles para dar a conocer las películas en clase, analizarlas, estudiar la construcción arquitectónica del género (diseño y composición) y producir otros carteles con las y los alumnos.

De igual importancia para los investigadores es el fomento de la lectura, por lo que se dividió por grupos a las y los estudiantes y se distribuyeron los libros y las películas de Harry Potter para finalmente pedir a cada grupo que presente su lectura al resto en forma de periódico o seminario, con o sin teatralización de alguna escena expresiva; plantear puntos enfatizados en la obra y trabajarlos transversalmente (algunos ejemplos son: dictadura, fascismo, nazismo, jerarquía social, lucha por el poder, racialización, entre otros).

Por último, se preguntó a las y los estudiantes, quienes estaban familiarizados con el *Fandom* de Harry Potter con el fin que, a partir de su conocimiento del mundo, se desarrollaran actividades para la producción de narrativas, adentrándose en el universo de alfabetización

digital (*fan fiction* en *blogs* y plataformas específicas, *fanzines*, elaboración de afiches, entre otros) con la diversidad de material disponible como insumo.

Por otra parte, en relación con el análisis de datos de las redes sociales se selecciona hacer énfasis en las redes sociales con mayor número de usuarios pertenecientes a algún *Fandom* como lo pueden ser en la actualidad *Twitter* y *Tiktok* de ello se podrá reconocer que características tienen estas redes para ser muchas veces el medio de interacción entre las comunidades.

En el caso específico de la investigación Lesbian Fandom remakes the boy band (Pruett, 2020) por medio de observación del *Fandom* de One Direction en Tumblr, prestando especial atención al *Fandom* de One Direction de lesbianas y otras mujeres *queer* se reconocieron dinámicas especiales entre ellas, también se ubicó geográficamente en el área de la bahía de California a la población *drag* que colaboraría con entrevistas y testimonios de su experiencia, así como también se identificó el uso y acceso a las redes sociales del grupo *drag king* Every Direction siendo Tumblr, Facebook, Twitter y YouTube.

De la misma forma, para el análisis de redes sociales e impacto, se comparó la interacción y visibilidad (*Likes*, *followers*, comentarios, cuentas fan, etiquetas, etc) de la cuenta de Instagram de quienes interpretaban los personajes principales en el caso de las películas o de quienes fueran los cantantes en el caso de los músicos e identificar en qué fecha tuvieron mayor relevancia en sus redes sociales con el fin de conocer si el interés de los espectadores se mudaba entre diferentes plataformas.

➤ **Información/análisis:** Implica la recolección de datos bajo los intereses propios de la investigación pues en las otras subdivisiones se daba protagonismo a lo

previamente hallado. Es así que se estructuran herramientas de mayor relación con el objeto como las entrevistas, grabaciones, etc. También, al momento de la recolección es importante que los sujetos tengan claro cuál es su papel en las investigaciones y estén informados en todo momento, con qué fines se manejarán sus datos, más aún cuando se trata de subjetividades pues usualmente son experiencias personales e íntimas.

Para las entrevistas se establecieron una serie de preguntas en el caso de que fuesen estructuradas, un ejemplo de estas es: ¿qué sucederá con todas las páginas *web*, *merchandising*, videojuegos y otros artilugios de Harry Potter? Ahora que Potter ya ha concluido ¿qué harán? Entre otras más específicas dependiendo el caso como ¿Cada cuánto se reúnen? ¿Cómo conoció al *Fandom* y como se integró a él? En el caso de las entrevistas semiestructuradas se proponían intereses transversales como las relaciones género- *Fandom*, afectos-*Fandom*, arte-*Fandom*, etc. Se manejaba la discusión como una conversación casual.

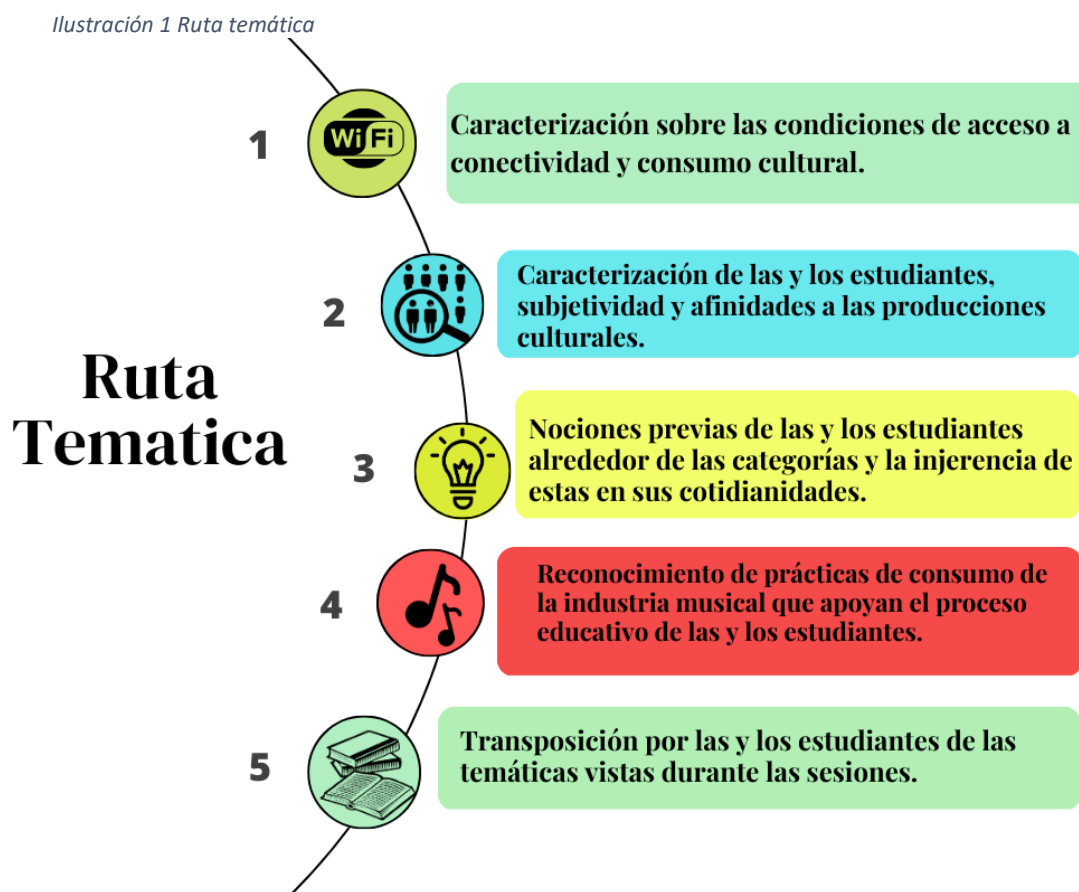
➤ **Sistematización:** Es el proceso en el que se organiza con mayor detalle la utilidad de los datos recolectados en la medida en que se obtienen o al final de la etapa de investigación al definir las conclusiones. Esta organización puede clasificarse en fechas, nombres, lugares, categorías, conceptos, etc. Algunos ejemplos de cómo sistematizaron la información los textos analizados son: Las encuestas que sustentaron los resultados finales de un estudio estadístico en el caso de Unidades lingüísticas empleadas por los fans del anime y del manga en la ciudad de Córdoba (Kovaluk & Menti, 2021) , entrevistas que analizaron desde la proyección de diagramas de barras, logrando cuantificar experiencias, así como el diseño de una

propuesta que permite la fusión de las narrativas transmedia con el ámbito educativo en el proyecto del canon al Fandom escolar: #Orson80 como narrativa transmedia educativa (Albarello & Mihal, 2018).

Conviene subrayar que, en el ejercicio de sistematización de la mayoría de las investigaciones consultadas, no especifican la manera en que seleccionan y categorizan la información recolectada, posiblemente porque las y los investigadores se cohiben en hacerlo o simplemente quieren que los lectores que se acerquen a sus formatos tomen como sistematización la totalidad del documento.

Ruta temática para la investigación

Tomando como insumo las herramientas expuestas anteriormente, la presente investigación optará por establecer una ruta con los intereses a desarrollar en el trabajo de campo en el colegio Tibabuyes Universal I.E.D. Dicha ruta está dividida en ejes de trabajo siendo



Desde allí, se planearán y diseñarán una multiplicidad de herramientas adaptadas a las particularidades tanto del espacio como de los individuos que participarán en el trabajo de campo. Atravesadas por las categorías (*Fandom*, subjetividad, comunidades interpretativas, consumo cultural y escuela).

Técnicas a optar para el trabajo de campo

Para la selección de técnicas a utilizar para el trabajo de campo, se tomaron en cuenta las estrategias de las investigaciones aquí esbozadas y se contemplarán diferentes factores tales

² Ruta Temática de autoría propia

como: el objetivo de la investigación, la población con la cual trabajar, recursos disponibles, modelo pedagógico y el tiempo.

Por ello, se priman técnicas que permitan manifestar sus habilidades artísticas mediante la producción de actividades. Asimismo, por los intereses de la investigación sobre la participación activa de los sujetos, se opta por escenarios donde tanto la docente como las y los estudiantes estén abiertos al debate desde los procesos inductivos, individuales y colectivos planeados bajo el modelo pedagógico constructivista promoviendo el pensamiento crítico.

De modo que, respondiendo a la metodología, se establece un marco teórico de las temáticas seleccionadas con pertinencia a la par de los ejes de la ruta temática. Además, se acerca la investigación al territorio asignado del Colegio Tibabuyes Universal I.E.D. por medio de una caracterización de condiciones tales como conectividad y consumo cultural. Para así poder comenzar con la aplicación de las herramientas de análisis de información y de sistematización que se sustentarán de las experiencias y trabajos que surjan durante las sesiones.

Caracterización

La caracterización permite reconocer particularidades específicas de una población u territorio. Por la naturaleza de la investigación, es necesario identificar las condiciones de conectividad, las cuales se refieren a las posibilidades que tiene una o más personas para acceder a Internet por diferentes dispositivos, ya sea con conexión *wifi* u otros planes de datos, puesto que el trabajo de campo exige hacer uso de herramientas virtuales a la par de análisis de redes sociales y otros fenómenos propios al ciberespacio.

De igual importancia, la caracterización en este caso también se toma desde el consumo cultural, estando directamente relacionado con los productos culturales tanto materiales como

simbólicos (televisión, cines, bibliotecas, teatros, radio, internet, plazas, entre otros) y el acercamiento que se tiene como individuo a estos. Existe una extensa oferta dirigida a todas las edades y diferentes capacidades económicas. De ahí, se puede reconocer el consumo cultural desde diferentes escenarios públicos y privados.

Condiciones de acceso

En el proceso de identificar estas condiciones, se limita el espacio territorial en la localidad de Suba, pues es donde se encuentra la UPZ del colegio Tibabuyes Universal y es donde se presupone que habitan la mayoría de estudiantes que participarán en las diferentes sesiones. Por ello, la caracterización constará de dos tiempos determinantes. Tomando en un primer momento, la información libre en documentos oficiales de la Alcaldía de Bogotá disponibles en internet, los cuales exponen datos y cifras de diferentes localidades de la ciudad. En un segundo momento, gracias a un acercamiento a las instalaciones del colegio, se conocerá por medio de una entrevista semiestructurada (la cual se presentará con mayor detalle más adelante) con objetivo de conocer las condiciones materiales y características del uso de las herramientas como *tablets*, computadores, televisores entre otros. Asimismo, por medio de otras actividades previamente planeadas, se presentarán durante las sesiones a las y los estudiantes dinámicas que permitan distinguir sus condiciones relacionadas con el uso de internet en sus cotidianidades.

Conectividad en la localidad de Suba

Debido a que la documentación oficial sobre las condiciones de conectividad y sus consecuencias en la ciudad de Bogotá no suelen discriminar por UPZ como debería ser idealmente, sino por localidades. se tomará en cuenta exclusivamente la localidad de Suba y en

algunas cifras específicas se elige enunciar la situación general de la ciudad. De este modo, la información dada por la Alcaldía de Bogotá se encuentra en documentos publicados en diferentes años con objetivos específicos de investigación. Es así que los datos aquí presentados obedecen a dos temporalidades, al año 2017 con el documento Encuesta multipropósito de Bogotá, índice TICS 2017 (Alcaldía de Bogotá, 2017) y a la planeación hecha en el año 2019 en Un contrato social y ambiental para el siglo XXI plan de desarrollo distrital 2020-2024 (Moreno, 2019).

Inicialmente, se esboza la deficiente presencia del sistema de conectividad vía internet y de muy bajo impacto dada la ubicación puntual de cada una de las estructuras, las cuales son: La antena de Avantel ubicada en el Cerro la Conejera y las redes de distribución de ETB, esto para el año 2009. No obstante, en cifras del 2017 indican la adquisición de infraestructura que promete renovar las formas de conexión *wifi* en la localidad de Suba con la instalación de 6 puntos de conexión *wifi* gratuita, sumando otro en el año 2022 en el parque Fundacional de Suba. Cada uno de estos puntos permite la conexión simultánea de 200 personas donde los usuarios podrán conectarse durante 60 minutos gratuitamente con la oportunidad de reconexión si la capacidad de usuarios de la zona lo permite. Con relación a la ubicación de la institución educativa, estos puntos *wifis* se encuentran aproximadamente a 3.5 km de distancia del punto principal de *wifi* gratuito en el parque Fundacional de Suba de la sede principal del colegio Tibabuyes Universal ubicado en la Carrera 128A No. 139-13.

Por otro lado, la encuesta realizada en el 2017 toma en cuenta la tenencia de celulares *smart* en las casas de la ciudad dando como resultado un 82% de posesión entre los encuestados en la totalidad de la ciudad. Además, la Encuesta multipropósito de Bogotá, índice TICS 2017

(Alcaldía de Bogotá, 2017) suma a su investigación el porcentaje de hogares que prefieren una conexión fija sobre la móvil siendo un total 67% significando un aproximado de 1.804.844 casas en Bogotá. Desde allí, se puede inferir que, sin importar que la tenencia de los celulares y dispositivos móviles sea cada vez más común en los hogares, las personas no acceden totalmente a abandonar las comodidades que otorga una red fija como lo puede ser la estabilidad y velocidad de conexión.

Acceso cultural en la localidad de Suba

En el caso de la localidad de Suba, se encuentran diferentes instituciones distritales que, vinculadas con procesos barriales, desde distintas organizaciones buscan cubrir la oferta cultural, siendo de las más grandes la Biblioteca Pública José Francisco de Caldas, perteneciente a Bibliored contando con particularidades como acceso a internet, salas de lectura específicas y un auditorio. Asimismo, está presente la fundación Casa de la Cultura apoyada por el distrito de Cultura y Turismo con programas de danza, teatro, música, cine foros, etc. En ambos escenarios se presume de flexibilidad y disposición de trabajar a la par del distrito y las organizaciones locales sin ánimo de lucro, siendo las más representativas relacionadas la Mesa de Gala de Hip Hop, esto en pro de contribuir a los procesos creativos, logrando consolidar eventos como el Festival Gala Hip Hop apoyado por el Teatro Mayor Julio Mario Santo Domingo celebrando su novena edición en el año 2022 (Secretaría de cultura, recreación y deporte, 2022).

Por otra parte, el consumo cultural en la localidad tiene espacios permanentes como los anteriormente nombrados y otros más esporádicos que responden a las diferentes jornadas de festivales y fiestas, muchas de ellas dedicadas a la cultura ancestral del territorio.

Capítulo 3

Sistematización de experiencias en trabajo de campo

La etapa de trabajo de campo realizada en la sede C del colegio Tibabuyes Universal dio inicio con una serie de entrevistas aplicadas estratégicamente a docentes del área de Tecnología e Informática y Humanidades, esto debido a la pertinencia que pueden llegar a tener estas intervenciones al momento de comprender los diferentes escenarios que se dan en la institución, desde las condiciones materiales de conectividad a la que se enfrentan las y los estudiantes, hasta algunas nociones que tienen los docentes alrededor del consumo cultural de los jóvenes y su postura frente a esto al momento de planear sus clases en el ejercicio docente.

Previamente al acercamiento al plantel, se construyó un formato de entrevistas semiestructuradas que permitirían el encuentro con el primer grupo de docentes formado por tres profesoras de español e inglés de nombres Carolina Moreno, Yaneth Gonzales y Olga Walteros, asimismo, el segundo encuentro únicamente con el docente del área de Informática y Tecnología Dennis Covaleda. Desde allí se evidenciaron diferentes aspectos que en un primer momento pueden parecer no estar tan relacionados con la construcción subjetiva de las y los estudiantes; sin embargo, son fundamentales para entender algunas condiciones por las que suelen pasar los colegios públicos en la ciudad de Bogotá.

Es por esto que uno de los criterios que motivaron la selección del profesor encargado de la sala de computación de la sede, era conocer algunas circunstancias materiales que pueden condicionar la práctica educativa y la utilización de estos dispositivos electrónicos en los espacios libres por parte de las y los estudiantes. Bajo esa lógica, se halló que la institución se encuentra equipada con dispositivos electrónicos tales como computadores y *tablets* los cuales

fueron suministrados por la Secretaría de Educación ya hace unos años. Estos, en comparación a como lo expone la página web de la Alcaldía de Bogotá, donde se presenta la entrega de estos dispositivos como “un avance significativo para cerrar la brecha tecnológica en los estudiantes de los colegios públicos, y se convierte en una experiencia exitosa y ejemplar a nivel nacional” (Vargas, 2021), son dispositivos que gracias al uso que se les exige y a la evolución tecnológica se ven en desventaja pues así lo manifestó el docente bajo la pregunta de ¿los dispositivos funcionan correctamente? respondiendo que “son también de baja calidad, duran 6 meses y empiezan a fallar además que son para uso pesado, porque los chicos las usan bastante así que son equipos que se desactualizan rápido” (Covaleda, 2023).

En cuestión de los tiempos que las y los estudiantes tienen permitido utilizarlos, se reduce estrictamente a las clases que pertenezcan a la materia de Informática y bajo el acompañamiento del docente, esto con el fin de cuidar el poco material que el colegio tiene y controlar que estos sean utilizados de manera “correcta” permitiendo llevar amenamente la clase, pues las y los estudiantes aprovechan desde el primer contacto con estos dispositivos para entrar a sus redes sociales provocando que la planeación hecha por el docente se vea interrumpida.

Es necesario resaltar que estas páginas *web* relacionadas con las redes sociales están autorizadas por la Secretaría de Educación, en comparación, las relacionadas directamente con videojuegos, pornografía, apuestas, entre otras, están bloqueadas, es así como las páginas que entran en estas clasificaciones no pueden ser utilizadas por ninguna persona dentro de los planteles educativos. Lo anterior llega a ser curioso cuando el docente intenta introducir algunos intereses de las y los estudiantes en su metodología como en el caso de los videojuegos y no es posible por estas restricciones obligándole a buscar alternativas a este interés, como cuenta el

profesor de Informática que sucedió, "a veces preguntan ¿profe podemos entrar a un juego? pero como los tienen bloqueados la secretaría no se puede. Tengo una página que se llama constructor 3 es para que ellos hagan juegos ahí y a ellos les gusta mucho" (Covaleda, 2023).

Por otro lado, la relación que las y los estudiantes del colegio Tibabuyes Universal construyen con la tecnología no se limita a la interacción que tienen con estos dispositivos electrónicos escolares, pues todos los profesores que participaron en las entrevistas concuerdan que la primera interacción que los jóvenes tienen con el internet es en sus casas, con los dispositivos que los padres disponen, sin perder de vista que esta actividad puede presentarse en mayor o menor medida pues está condicionada por el nivel socioeconómico de las familias.

Es así como en relación con las cifras del periódico económico La República extraídas del DANE para el 2021 solo el 81,5% de hogares de la capital tenían conexión a internet (Gonzales N. , 2022). Las anteriores cifras corresponden a un avance en la conectividad en la ciudad desde diversas herramientas con conexión a internet, pues como se comentó en el actual documento en el apartado de conectividad, para el 2017 la Encuesta multipropósito de Bogotá, índice TICS 2017 (Alcaldía de Bogotá, 2017) solo un 67% de los hogares de Bogotá tenían conexión a internet por línea fija. Viéndose una mejoría aproximada de 14.5%.

Es así como, sin importar el significativo aumento de conectividad en la ciudad, en el colegio Universal Tibabuyes aún se presentan casos donde el único momento de interacción que tienen los estudiantes con el internet es en las escasas horas de informática pues en casa no tienen esa posibilidad.

De la misma forma, gracias a que las bases de la relación individuo-tecnología se forman desde el hogar, es inevitable asociar como estos dispositivos han intervenido en la crianza de

estas nuevas generaciones pues varios docentes exteriorizaron tanto su preocupación como el aparente inevitable uso de las pantallas en las infancias, es así que, en las propias palabras de una de las docentes, "es el embobador de los niños desde pequeños, ya que las pantallas crían a los niños" (Moreno, 2023).

Este fenómeno puede parecer relativamente nuevo gracias a que los padres se ven cada vez más interesados en las pantallas, dando como resultado a los "niños pantalla", el termino surge desde la psicología infantil por lo que no se le atribuye a una persona en específico, aun así, engloba prácticas como sustituir la atención parental por disponer al niño frente al televisor, celular o *tablets* en situaciones que exigen la atención del cuidador pues de lo contrario puede traer consecuencias tales como

La alta exposición a las tecnologías genera retraso en el desarrollo del lenguaje. La habilidad lingüística se ve afectada porque la escasez de contacto con su entorno compromete al menor con el conocimiento de nuevo vocabulario y el buen uso pragmático del lenguaje. (Rodríguez Del Rio, 2021)

Es así como, en la medida que los jóvenes van creciendo lo hacen paralelamente al uso de los dispositivos tecnológicos, en algunos casos sin límites alrededor de ¿hasta dónde dejamos que las pantallas determinen actividades sociales básicas?, en relación con lo anterior, los docentes entrevistados tienen claro que cualquier individuo en formación necesita tener los límites siempre presentes, así lo dijo una de las docentes de humanidades

todo ser humano en formación necesita los límites y es difícil aceptarlos, ahora el problema es que además de las pantallas y todo ese tipo de cosas generan un montón de químicos en la cabeza que les genera un vicio. (Moreno, 2023)

Lo anterior presupone que los jóvenes no conocen el tiempo que pasan en cada *app*. Desde allí, con intención de problematizar esta tendencia de subestimar el auto control de las y los jóvenes en relación de sus tiempos de consumo audiovisual, se propone contrastar la respuesta del profesor Dennis Covalada con los resultados de la actividad realizada durante la primera sesión con las y los estudiantes de 1102, es así que, partiendo de la pregunta realizada al docente ¿cree que ellos (las y los estudiantes) están dispuestos a establecer unos límites al consumo que hacen alrededor de lo audiovisual? Respondiendo

No, no tienen límites y no están interesados en tenerlos porque tu generación y esta generación que no es tan alejada a estos chicos que estamos trabajando, es una generación que consume mucho (...) incluso desde más pequeños los chicos después de los 7- 8 años ya empiezan a coger lo que son celulares vídeos de *Tiktok* dejando de ser recursivos (...) haciendo que lo audiovisual corte un poco la creatividad de los chicos dejándolos sin crear un plan a o un plan b. (Covalada, 2023)

Por lo cual, es posible intuir que el docente relaciona que las y los jóvenes se niegan a reconocer la importancia de limitar los tiempos de consumo y que como consecuencia los hacen dependientes de los dispositivos electrónicos ignorando los matices que se presentan en la interacción con los mismos, por lo que están sentenciados a que sus niveles cognitivos se degraden.

En contraposición con esta creencia, se presentan algunos resultados a un ejercicio de reconocimiento del consumo de internet en ellos y en generaciones posteriores, realizado con las y los estudiantes de 1102. Se evidenció que conocen el tiempo que invierten en cada *app* de su celular en el transcurso del día, e incluso tienen presente la herramienta que por defecto está en

todos los celulares la cual permite ver el tiempo de uso diario y semanal del dispositivo.

Asimismo, manifestaron en la guía que se les fue entregada un aproximado de media de 4 horas diarias en su *app* más usada siendo generalmente reproductores de música y *Tiktok*. Además, demostraron ser capaces de calificar que tan importantes para su cotidianidad son las aplicaciones de sus teléfonos. Pues así lo expresó un grupo durante la actividad " Los jóvenes usamos el celular para las redes sociales para distraernos, aunque a veces pasamos más tiempo del que deberíamos" (Gambasica, Cartografía uso del celular de jóvenes y adultos, 2023).

Dichos resultados funcionan en oposición a la postura que plantea el docente del área de Tecnología e Informática, ya que, probablemente fundamenta sus suposiciones al respecto, de ideas simplistas minimizando tanto la importancia de los vínculos que las y los jóvenes construyen con su consumo audiovisual como también la autoconciencia que pueden tener como individuos.

Sin embargo, la presente investigación reconoce que no es posible entender como verdad absoluta que todos los jóvenes tienen la total conciencia sobre sus tiempos de uso en los diferentes dispositivos electrónicos, pues gracias a la manera en que se han desarrollado dichas aplicaciones como las redes sociales es probable el escenario de presentar afectaciones a la salud en mayor o menor medida.

Existen diversos riesgos o influencias negativas en el uso de las redes sociales por parte de adolescentes y adultos jóvenes, que van desde la disminución de horas totales de sueño hasta la violencia virtual y la adicción. Por esta razón, son necesarias algunas estrategias de prevención que incluyan el fomento de otras aficiones, la estimulación de la

comunicación presencial y la limitación del uso de las redes sociales. (Navarrete, Castel, Romanos, & Barranco, 2018)

Bajo la misma lógica, durante la planeación de las entrevistas semiestructuradas a los docentes como de los ejercicios orientados a las y los estudiantes durante las diferentes sesiones, se tuvo como parte de los objetivos incentivar el auto reconocimiento como consumidores de los diferentes productos culturales, asimismo, el reconocimiento del impacto negativo y positivo en la cotidianidad que esto puede acarrear por lo que es necesaria la mediación y el pensamiento crítico como receptores y productores relacionados con el inmenso panorama que las diversas industrias del entretenimiento ofrecen hoy en día.

En relación con lo anterior, durante las entrevistas los docentes expresaron su preocupación por reconocer e imponer límites al consumo de dispositivos electrónicos entre los estudiantes, priorizando la seguridad e integridad de los jóvenes en sus interacciones sociales, el uso excesivo del celular y la exposición a cierta información, de allí manifestaron que "Uno de los problemas radica cuando no lo saben manejar, ciertas cosas como el tiempo y la información que hay que, no saben enfocarla y este es uno de los problemas que nosotros hemos tenido que enfrentar" (Moreno, 2023);

Ellos quieren estar con lo tecnológico todo el tiempo así que si uno les dice -apague el celular o deme el celular, hay unos que están muy aferrados pues esa es su vida y algo que creemos nosotros es que algunos de ellos están totalmente solos porque los papás se van a trabajar a las 5:00 de la mañana llegando muy tarde y no hay nadie que los escuche. (Walteros, 2023)

Hablando de aplicaciones *WhatsApp* también es algo fundamental saber, hablan muchísimo con quien no sabemos o lo que le dirán. *Telegram* también que es parecido al *WhatsApp* ahí tienen menos restricciones y están más vulnerables a que se les acerque gente extraña. (González Y. , 2023)

De lo anterior, se les adjudica gran parte de la responsabilidad de vigilar y corregir estas acciones a las madres y padres pues en un primer momento son ellos los proveedores de los dispositivos móviles a sus hijos. Pues al no ser así pareciese que indirectamente se les asignara esta responsabilidad a los docentes.

La informática, su crecimiento y su formación están relacionados por lo que buscan sentido en ese tipo de cosas y no es porque necesariamente estén solos, sino simplemente les gusta y no podemos decir no lo hagan, ahí no es papel de nosotros, es el papel de los padres que deben hablar el cómo deberían orientarlo. Ese es el verdadero conflicto que tenemos. (Moreno, 2023)

Como resultado de los pocos acuerdos que se llegan entre las instituciones educativas y los cuidadores sobre las responsabilidades en la orientación de las conductas de los jóvenes, se presentan situaciones donde el ambiente escolar se ve perturbado pues las y los estudiantes se niegan a obedecer las indicaciones de sus docentes.

En hogares donde los cuidadores no están siempre presentes, pueden adoptar una postura defensiva hacia el uso de dispositivos electrónicos debido a la falta de interés o conocimiento sobre las prácticas de los jóvenes en el consumo de contenido audiovisual, lo que dificulta un acompañamiento adecuado. La docente Carolina Moreno lo expresa de esta manera

Es de suponer que hay papás que toman la postura restrictiva de que el celular es malo y ya y ni se les explican por qué, lo que pasa es que algunos papás no se toman la molestia o no tiene tiempo, pero a veces se siente que no están encaminados a mirar lo que está haciendo un muchacho. (Moreno, 2023)

De allí, se hace necesario que desde los hogares presenten una disposición para conocer y entender los contenidos mediáticos de los cuales los jóvenes participan y se ven identificados pues eventualmente podrían interiorizarlos en su construcción subjetiva. Es así como por ejemplo en el caso de la televisión

La clave de la mediación activa es la alfabetización mediática de los padres y a partir de ésta, establecer unas normas de comportamiento en relación a la televisión, ejercer un seguimiento y control del uso que los hijos hacen del medio e implicarse en la alfabetización mediática de los hijos. (Torrecillas, 2013)

Es así que, el ejemplo de la televisión funciona en la medida que representa la importancia de la alfabetización mediática en todos los individuos de los círculos sociales pues, para un reconocimiento integral del consumo de los diferentes medios debe haber interés en acercarse a los mismos.

Además del tiempo de dedicación de los padres a los hijos y la mediación como estrategia para generar reflexión y crítica constructiva ante los medios, es esencial que haya un sentimiento y una actitud de responsabilidad hacia el análisis crítico de los medios en el ámbito familiar. Familia, escuela y medios de comunicación son fundamentales para promover una ciudadanía cívica, activa y crítica que sea capaz no solo de recibir

pasivamente los mensajes, sino de interpretarlos y producirlos creativamente. (González, Ramírez, & Gómez, 2019)

En cuanto a la injerencia de las mediaciones entre subjetividades y productos culturales, es posible trasladarlo a las dinámicas en las instituciones escolares reconociendo a todas y todos los involucrados como individuos productores y reproductores de expresiones culturales. Tanto así que se llegan a implementar actividades que, gracias a la alta participación y dinamismo, logran crear afectos positivos en gran parte de la comunidad educativa, como es el caso especial en el colegio Tibabuyes Universal en sus jornadas del *English Day* y *Show de talentos*.

Estos eventos marcan hoy en día la cultura de la institución, ya cuentan ambas con varias versiones y en el caso del Show de talentos logra integrar a estudiantes de las diferentes sedes del colegio. Es así que, con respecto al *English Day* se cuenta con una organización de aproximadamente 3 a 4 meses liderado por las docentes de inglés las cuales, con el objetivo de vincular las estrategias que dispone el Ministerio de Educación y el consumo cultural de las y los estudiantes, en pro de incentivar el aprendizaje de un segundo idioma en los jóvenes, proponen una temática como por ejemplo géneros musicales o la poesía, desde la cual se planifican varias intervenciones por parte de cada curso. Lo anterior no es exclusivo de eventos puntuales pues como lo cuenta la docente Yaneth González, tiene presente durante sus planeaciones de clase los intereses de sus estudiantes para favorecer el aprendizaje de su materia.

En mi clase yo trato de que sea como por proyectos, que sea más vivencial por los muchachos, que tenga en cuenta todo lo que los rodea y les gusta, en este caso para la actividad grande que tenemos en el colegio que es el *English Day* intentamos mirar los

intereses de los muchachos con una temática que obviamente se pueda trabajar en inglés.

(González Y. , 2023)

Es así como, en una de las jornadas más importantes de la institución se ejerce la mediación de intereses y consumo cultural entre individuos trasgrediendo lo convencional y monótono que se puede convertir la escuela, al no estar dispuestos a ceder y reconocer manifestaciones culturales contemporáneas las cuales pueden que inconscientemente sean separadas o minimizadas por la cotidianidad escolar.

Asimismo, es importante resaltar el consumo cultural no solo de las y los estudiantes sino también de los diferentes docentes. Pues en el diseño de las estrategias que cada profesor desarrolla en su derecho de ejercer la libertad de cátedra el cual se establece en el "ARTÍCULO 27— El Estado garantiza las libertades de enseñanza, aprendizaje, investigación y cátedra". (Asamblea Nacional Constituyente, 1991), implementan sus gustos durante su ejercicio docente, por ejemplo:

Yo consumo documentales de Netflix, ahorita que hay uno que se llama historia volumen 1 creo, soy un poco malo para los títulos (...) por ejemplo los pongo en mi clase, los vemos por partes muy pequeñas edito el video solo fragmentos y le explico. (Covaleda, 2023)

Obvio no voy a decir que nosotros no intentamos mostrarles nuestros gustos a los chicos, para mostrarles otras cosas como, por ejemplo, cuando voy a hacer *listening* escojo yo las canciones que creo que son más adecuadas para ellos. Hay muchas de pop que son fáciles y además depende del grado o sea no les voy a poner Linkin Park a los de sexto porque ya es muy avanzado. (González Y. , 2023)

Avanzando en la etapa de trabajo de campo, se dio inició a la implementación de diferentes sesiones dirigidas a las y los estudiantes de 1102, las cuales se realizaron en los tiempos de la materia de Ciencias Sociales. Dichas sesiones fueron planificadas con anterioridad con la intención de sumar a la investigación las experiencias, nociones y procesos educativos de las y los jóvenes.

Para ello, cada sesión se planificó con anterioridad bajo una ruta temática, que a pesar de tratar diferentes temas logra contribuirse entre ellas al estar atravesadas por las categorías centrales de la investigación. Desde ahí, con el objetivo de dar mayor claridad a la lectura del actual apartado, cada problematización de lo sucedido durante las sesiones se dividirá por subtítulos.

Sesión 1: Presentación y reconocimiento inicial de nociones sobre consumo virtual de las y los estudiantes

Inicialmente, durante la planeación de las diferentes sesiones, más puntualmente en la primera, la cual daría apertura a la etapa de trabajo de campo, donde habría una interacción directa con las y los estudiantes, se pensó en dos tiempos de intervención.

En un primer momento, con el objetivo de que las y los estudiantes se asumieran como parte fundamental de la actual investigación, se les presentaron a grandes rasgos las categorías que atraviesan las diferentes sesiones (*Fandom*, comunidad interpretativa, consumo cultural y expresiones culturales), Dicho momento no se limitó a una explicación teórica por parte de la docente sino que eventualmente las y los estudiantes expresaban desde sus experiencias ejemplos que dejarían más claras las posibles definiciones. A la vez manifestaban sus gustos e intereses por algunos productos culturales como por ejemplo: el *Fandom* de Justin Bieber y de

One Direction, *youtubers* como Auronplay y eventos como La velada del año organizada por el *streamer* Ibai, entre otros.

En un segundo momento, se busca analizar y cuestionar la posible relación entre las interacciones de las personas con el contenido audiovisual que consumen en redes sociales y cómo pueden estar involucradas en la producción y participación en ese contenido, es así que para esta actividad se tuvo como sesgo de población a los individuos leídos como jóvenes incluyendo a las y los estudiantes y a los leídos como adultos.

Para ello, se les fue asignada por grupos una guía de trabajo que constaba de dos puntos a realizar. Para el primero las y los estudiantes reconocieron que particularidades tendría el celular de un joven y de un adulto. De allí, surgieron resultados que en la generalidad presentan similitudes en la utilización de ciertas *apps* y tiempos de uso.³

Gracias a ello, es posible comparar las respuestas que diferenciaron según la edad del individuo a quien pertenece cada celular, concluyendo en la totalidad de los grupos de trabajo que las *apps* más utilizadas por un joven son aplicaciones de música y *Tiktok* con un tiempo de uso de aproximadamente 4 horas diarias. Por parte de los adultos, las aplicaciones que más coincidieron fueron *Candy crush* y *Facebook* con un uso aproximado de 4 horas.

No es de sorprenderse que para las y los estudiantes primaran las aplicaciones de música, pues, históricamente la música ha ejercido influencia en la construcción subjetiva de los individuos desde sus etapas de juventud al construir un sistema de valores y creencias que responde a su vez a las condiciones de vida, por lo que sin importar que tan contrastados puedan

³ Para mayor detalle ver Anexo **¡Error! solo el documento principal.**

ser ciertos géneros musicales o códigos entre sus consumidores, la música se ve presente como una herramienta y método de expresión y representación, como consecuencia, las *apps* de música son apetecidas para cumplir con la necesidad adquirida de estar conectados con las canciones, ritmos, géneros y cantantes que responden a la versatilidad de las personas. Pues "La música ocupa un lugar muy importante en la vida adolescente debido a las múltiples funciones que desempeña como, por ejemplo: modificar el estado de ánimo, conformar aspectos relacionados con la identidad personal, establecer y fortalecer relaciones interpersonales, etc". (Campo & Oriola, 2019).

Tiktok no es un caso apartado a esta realidad, pues en la actualidad más que ser una de las aplicaciones con mayor cantidad de usuarios en el mundo, también está configurando las formas en que las grandes industrias y los proyectos pequeños hacen música, pues, según un estudio realizado por la misma *app*

El 80% de los usuarios de *Tiktok* afirman que descubren nueva música en la plataforma y que se ha convertido en su lugar número uno para el descubrimiento de nueva música, por encima de otras plataformas digitales, servicios de música en streaming y recomendaciones de amigos. (*Tiktok*, 2021)

Por lo que es posible relacionar la música como medio fundamental de expresiones juveniles con *Tiktok* como la aplicación que facilita la distribución de "nueva" música. Por lo tanto, es importante resaltar que, este tipo de sitios *web* funcionan con base de algoritmos encargados de suministrar y eliminar contenido a sus usuarios. Aun así, es posible su manipulación a la vez que está programado para darle prioridad a ciertos contenidos, creando una competencia desigual, casi monopolizando el contenido musical que llega a las tendencias.

Por otro lado, en el caso de las aplicaciones utilizadas por los adultos, aparece en el panorama *Candy Crush*, un juego que nace siendo parte de *Facebook* en el año 2012, cuya premisa es lograr combinaciones de cuatro o más caramelos para obtener puntos y subir de nivel de complejidad, simplicidad que amplía su público consumidor a personas que no están tan relacionadas con algunas *apps* como lo pueden ser algunos adultos "De este modo tenemos que el público es de más edad (media de 40 años)" (Garcia, 2017).

Su popularidad supera a juegos con un "lore" (término apropiado por la comunidad *gamer*, refiriéndose a la historia detrás de un personaje o videojuego) más complejo como *Minecraft* gracias a la facilidad y forma de compensación que no es exclusiva de *Candy Crush*. Pues está diseñado bajo dinámicas conductistas de acción-reacción, generando reacciones percibidas como positivas por el cerebro teniendo mayor disposición a ser utilizada por un tiempo prolongado. Así lo explica con mayor profundidad la página *web* Xatakaciencia citando a Dana Smith para *The Guardian*

Estos logros se perciben como mini recompensas en el cerebro, liberando dopamina y aprovechando el mismo neuro circuito implicado en la adicción, para reforzar las acciones. A pesar de su reputación como un producto químico que produce placer, motivación y deseo, la dopamina también desempeña un papel crucial en la regulación del aprendizaje, consolidando comportamientos que se repiten una y otra vez. (Parra, 2014)

Conviene subrayar que, particularmente en los resultados de las *apps* potencialmente más usadas por los adultos está presente la misma empresa *Facebook*, esto es posible ya que al ser creada en el año 2004 ha pasado por múltiples transformaciones que le han permitido ofrecer a

sus usuarios: juegos, mensajería virtual, subir material audiovisual, hacer directos, entre otras opciones. Paralelamente, debido a que esta plataforma permite que cualquier usuario pueda subir contenido sin importar que no sea necesariamente de su autoría, se encuentran videos previamente subidos en otras aplicaciones como *Tiktok*, *Kwai*, *Twitter*, etc. Por lo que, se puede deducir que la principal diferencia entre apps preferidas por los adultos y los jóvenes es el nivel de complejidad al momento de utilizar los sitios *web*, pues, en *Tiktok* y *Facebook* está disponible el mismo contenido con la diferencia que los adultos pareciesen estar más familiarizados en el cómo se accede a Facebook.

Del mismo modo, en un segundo punto de la guía de trabajo se tuvo como objetivo que las y los estudiantes problematizaran una premisa que está presente en el imaginario colectivo de algunos adultos, quienes minimizan y ridiculizan la relación que construyen los jóvenes con los productos culturales por medio de la utilización de los celulares. El mencionado es, "los jóvenes solo pierden el tiempo en redes sociales, convirtiéndolos cada vez más en inútiles dependientes a los celulares, a comparación de los adultos, pues ellos no utilizan el teléfono como lo hacen los jóvenes, es así que un mundo sin celulares permitiría una sociedad mejor", desde ahí, a cada grupo de estudiantes se les plantearon 4 preguntas que orientarían la discusión sobre la veracidad o la carga estigmatizante que tiene el comentario.

Los consensos a los que ellas y ellos llegaron fueron escritos en modo de respuesta a las preguntas, dando como resultado patrones presentes en la mayoría de los grupos de trabajo. Es así que para la primera pregunta ¿Por qué los adultos podrían creer que los jóvenes pierden el tiempo en sus celulares?, las y los estudiantes optaron por escribir comentarios que les han dicho

teniendo en común el reclamo por parte de los adultos, acusándoles de ser poco productivos por estar con el celular por lo que estarían perdiendo el tiempo.

Es así que algunas de las respuestas fueron: “Los jóvenes mal gastan las horas del día en sus teléfonos y no hacen nada productivo para su vida”, “Quieren que mejoremos nuestras vidas o que administremos mejor nuestro tiempo en cosas productivas” y “ellos piensan que perdemos el tiempo en vez de gastarlo en algo productivo”⁴ (Gambasica, Cartografía uso del celular de jóvenes y adultos, 2023). Todas estas teniendo un gran énfasis en exigir la productividad por parte de los jóvenes.

No es extraño que las y los estudiantes escuchen lo anterior pues, generalmente la escuela pública juega un papel destacado al adaptar las rutinas de los jóvenes a sistemas que fomentan la hiperproducción y los preparan para un sistema laboral precario y poco humanizado. Esto se refleja en extensos horarios diarios y la articulación con programas como el SENA.

Creando así una necesidad a los jóvenes de estar buscando siempre ocupar su tiempo en proyectos que contribuyan a crecer en su mayoría en poder adquisitivo, privándoles de la posibilidad al ocio y a otros espacios de socialización vitales en la salud mental de los individuos.

El ocio contribuye a promover una mayor calidad de vida, ya que aumenta el grado de satisfacción que el individuo obtiene del modo de vida que le impone la sociedad de la que forma parte. El valor de las experiencias de ocio como mejora de la calidad de vida

⁴ Para obtener información detallada sobre el proceso de producción, consulte el Anexo H

de las personas, con o sin enfermedad mental, es indudable y supone una condición necesaria para la dignidad humana y el bienestar. (AVIFES, 2019)

Convirtiéndose así, en una parte fundamental en la vida de todos los seres humanos, por lo que llega a ser prejudicial infundir la hiperproductividad a jóvenes que ya tienen una carga importante de responsabilidades en su cotidianidad como para convertirles en seres ansiosos que no logran cuestionar las estructuras que lo someten a ese estado mental, físico y económico. Mas aun en Colombia, un país en el cual la salud mental nunca ha recibido la atención necesaria, e incluso podría afirmarse que ha sido relegada a un segundo plano.

El discurso de la hiperproductividad que prioriza la economía sobre los individuos no es único de los jóvenes actuales, pues, los individuos que hoy día son adultos también estuvieron vulnerables al mismo, con un impacto tan masivo el cual pareciese buscar replicarse a través de ellos a las nuevas generaciones.

Por otro lado, es imposible en la actualidad concebir a los espacios virtuales como opuestos a las formas de producción. Pues el internet permite multiplicidad de oportunidades económicas y educativas. Un perfecto ejemplo de ello sucedió en la coyuntura de la pandemia por el Covid-19, donde las condiciones mundiales obligaron a la mayoría del sector productivo a funcionar de manera remota. No obstante, gracias a lo desigual que son las condiciones laborales y educativas en el país, se agudizó el aumento de desempleo, segregación, violencia, entre otros que afectaron la calidad de vida.

Aun así, por más que en el 2023 no sea obligatoria esta medida de producir remotamente, quedan rastros; como por ejemplo las jornadas laborales y educativas mixtas que son cada vez

más comunes, la apertura de plataformas virtuales para trámites burocráticos en los bancos y otras entidades, la utilización de plataformas como *Teams* para la cotidianidad escolar, etc.

Asimismo, continuando con la problematización del enunciado inicial, se les preguntó a las y los estudiantes, ¿Los adultos utilizan el celular exclusivamente para cosas necesarias? Siendo esta la pregunta con mayor diversidad de respuestas pues la opinión se dividía en creer que sí, debido a que los adultos tienen más responsabilidades que los jóvenes y en los que respondieron no, fundamentándose en que los adultos, así como los jóvenes consumen sitios *web* que no son estrictamente necesarios como las redes sociales y los videojuegos. Situación que a veces les permite compartir códigos al coincidir en el gusto por ciertos productos culturales, de allí, surgen respuestas tales como “El contenido que hay en cada app depende del feed, por eso a veces es el mismo para los jóvenes como para los adultos”⁵ (Gambasica, Cartografía uso del celular de jóvenes y adultos, 2023).

Por otro lado, se les preguntó sobre las formas de interacción de ellas y ellos con el contenido al que están expuestos en las aplicaciones y el cómo creen que interactúan los adultos. Es así que se les propuso la siguiente pregunta, ¿Es diferente la manera en que los adultos interactúan con las *apps* en comparación con los jóvenes? Antes de desglosar los resultados que dieron las y los estudiantes, es importante tener claro cómo llega el contenido al *feed* (hace referencia a los archivos que una red social delimita para cada perfil según el algoritmo) de los usuarios para que posteriormente las personas decidan si interactuar o no con dicho contenido.

⁵ Para obtener información detallada sobre el proceso de producción, consulte el Anexo I

Las redes sociales y plataformas de entretenimiento como *YouTube* o *Twitch* funcionan debido a inteligencias artificiales programadas para delimitar y exponer el contenido que los usuarios, empresas y la misma página sube a la determinada plataforma. Estas inteligencias artificiales son mayormente conocidas como algoritmos, siendo las encargadas de mantener las redes sociales tal y como son hoy día tanto en lo positivo como en lo negativo que puedan llegar a ser, pues

Cuando los robots detectan un comportamiento infraganti, inmediatamente bajan la publicación o cancelan la cuenta. Inmediatamente censuran, “sea cierto o no, sea real o no”. E incluso, aunque no contravenga sus reglas, “si deciden que no va, lo bajan”.

A veces en redes sociales aparecen mensajes de odio, desnudos (...) o noticias falsas. Porque 1. no existe un grupo de personas que estén revisando lo que se publica y comparte. Todo se deja siempre a la automatización, para que los robots revisen y decidan si una persona está infringiendo alguna norma comunitaria. (Guzman, 2021)

De tal forma, por la masividad del alcance que tienen algunas redes sociales, los empresarios optan por la utilización de estos algoritmos en comparación a trabajo humano pues permite mayores ganancias sin importar que se creen espacios hostiles en la convivencia, pues, un robot no puede empatizar con ciertas situaciones como lo haría un humano.

Es así que, las y los estudiantes al momento de responder, entienden el cómo funcionan estos algoritmos, al tener una relación cercana con el mundo de las redes sociales. Por lo que, en la mayoría de las respuestas optaron por matizar lo diferente que pueden ser las interacciones de los jóvenes y los adultos por lo diverso que puede ser el *feed* de cada uno. Aun así, llegan al

consenso que los jóvenes están más dispuestos a ser consumidores activos al comentar, compartir y subir contenido propio.

Por ende, algunos estudiantes expresaban durante el ejercicio que: "Los adultos utilizan las aplicaciones solo para ver y pasar el tiempo, por ejemplo, ven en Facebook novelas mientras los jóvenes somos más activo subiendo cosas, comentando, etc" (Gambasica, Cartografía uso del celular de jóvenes y adultos, 2023).

De allí, es posible suponer que los jóvenes tienden estar más interesados a conocer nuevas *apps* en comparación a los adultos, ya que puede que por lo poco intuitivo que llegan a ser aplicaciones como *Tumblr* o *Discord* se limitan a usarlas, además, que las *apps* que lideran el mercado se encargan de cubrir los intereses de cada usuario, pues

Al conectarnos nos topamos con determinado tipo de música, noticias o *youtubers* en YouTube, bailes o situaciones chuscas en Tiktok, anuncios de tal o cual producto o sugerencias sobre museos u otro tipo de información en Facebook. Todo basado en nuestros usos y gustos. (Guzman, 2021)

Por último, con el fin de abordar desde diferentes matices el enunciado inicial, se les preguntó a las y los estudiantes, ¿cuáles son los posibles intereses de algunos adultos en controlar la interacción que tienen los jóvenes con sus celulares?, coincidiendo la mayoría de las respuestas con el interés que manifestaron los docentes entrevistados sobre el cuidado de la salud reconociendo lo perjudicial que puede ser un uso desmedido de los dispositivos electrónicos. De la misma manera, ninguno de los grupos de trabajo puso en tela de juicio la palabra "controlar" de la pregunta orientadora, por lo que se puede inducir que relacionan el interés de los adultos en

el tiempo de uso de ellos y ellas como un ejercicio que roza lo violento y no con un acompañamiento que permita a los jóvenes un consumo consiente.

Sesión 2: Activismo social en internet y la participación de las y los jóvenes durante las “funas”

Este segundo encuentro se planificó de manera que las y los estudiantes tuviesen un acercamiento teórico dirigido por la docente sobre el cómo funciona el activismo en redes sociales y cómo en la mayoría de los casos terminan en prácticas particulares de los usuarios en internet como las “funas” a un personaje público o situación en específico.

Asimismo, con el apoyo de lo dicho anteriormente se realizó una simulación de una “funa” que funcionó como un juicio social por parte de las y los estudiantes, por lo que se les plantearon 3 casos populares del internet que fueron controversiales en su momento con el objetivo de abordar desde múltiples puntos de vista e intereses una misma situación, al mismo tiempo, problematizaron la predisposición que tienen de formar una opinión personal y crítica ante escenarios cercanos a su consumo cultural, o si en cambio, se acogen a lo que las mayorías opinan.

Inicialmente, con el propósito de reconocer la profundidad que tiene el activismo social en internet en las prácticas que realizan los usuarios activos en las redes sociales, se les aclaró a las y los estudiantes una posible definición para lo que popularmente se conoce como “funas” y la probable resignificación que ha tenido el término en la actualidad relacionado a la carga histórica que tiene en sus orígenes.

Bajo esa lógica, se definió el activismo social en internet como una diversidad de prácticas de denuncia y manifestación a una situación usualmente de carácter público, teniendo

en común las redes sociales como método de exposición. En consecuencia, gracias a las similitudes que se presentan teóricamente con las "funas", ya que éstas son entendidas como el conjunto de denuncias de actitudes o situaciones que hace cierto sector de opinión que no gusta de ellas. Se decidió durante la planeación de la sesión relacionar ambos términos pues en la práctica se evidencia que el objetivo común es la denuncia.

En un primer momento, con el fin de introducir la temática a las y los estudiantes, se les preguntó qué entienden como "funas" o cancelaciones en internet, decidiendo responder en su mayoría con ejemplos de algunos casos como el del cantante Michael Jackson, el *youtuber* Dalas Review y el actor Will Smith. Desde ahí, se problematizaron las posibles razones de viralización de algunas polémicas que mutan a "funas" en redes sociales en su mayoría en *Twitter* y *Tiktok*.

Por lo tanto, se categorizaron intuitivamente las funas en tres posibles conclusiones, primero están los casos donde la viralización en redes sociales movilizó a la víctima a hacer una denuncia formal gracias al apoyo dado en internet, como por ejemplo el caso de la *youtuber* Yosstop la cual difundió un video donde una menor de edad estaba siendo violentada sexualmente en el 2021, para finalmente ser denunciada por la víctima tras el apoyo recibido por usuarios en el *hashtag* #JusticiaParaAinara en *Twitter* y *Tiktok* donde dicha etiqueta cuenta en la actualidad con más de 18 millones de visualizaciones.

Después, están los casos en los que su objetivo final es el lucro gracias a negociaciones que se hacen alrededor del tema, como por ejemplo el caso de los actores Amber Heard y Johnny Deep el cual inició como un juicio por difamación que se transmitiría por televisión para que después *HBO Max* adquiriese las licencias para subirlo a su plataforma de *streaming*.

Finalmente, están los casos en que la "funa" funciona como marketing a una organización o persona pública, como el caso de Candace Owens, comentarista conservadora estadounidense, la cual subió a su cuenta de *Twitter* en el 2020 una serie de tweets acusando al cantante Harry Styles de acabar con los jóvenes fuertes del mundo gracias a su expresión estética, insistiendo en la oración *Bring back manly men* (Trae de vuelta a los hombres varoniles), de allí logró captar la atención de los millones de seguidores del cantante para así iniciar a promocionar su libro *Blackout: how black america can make its second escape from the democrat plantation*.

Por otro lado, con la intención de reconocer el peso histórico que tiene la palabra "funa" y la curiosa utilización de ésta en las redes sociales, las y los estudiantes conocieron el origen del término dado en Chile por La Comisión Funa, la cual inicia una manifestación denunciando los crímenes de lesa humanidad cometidos por el médico cardiólogo Alejandro Forero, quien integró el Comando Conjunto durante la dictadura de Augusto Pinochet. Es así que, desde el 1 de octubre de 1999, fecha en que inicia la particular práctica de "funar" se establece que

El escrache o FUNA sostiene como idea fundamental vivir la justicia, o realizar acciones de justicia social, identificando los responsables de estos delitos y al mismo tiempo centrando la acción en la responsabilidad colectiva frente a la impunidad. De este modo la FUNA, pone el acento en la responsabilidad social del cambio y de la responsabilidad colectiva de recrear la memoria y hacer frente al olvido como parte de la tarea de democratización de las sociedades postdictaduras. (Gahona, 2003)

Como resultado, eventualmente sus principios de justicia social aún están presentes, sin importar que, en la actualidad, debido a las nuevas formas de interacción en plataformas como

las redes sociales, la "funa" se adaptó a las necesidades de las sociedades contemporáneas y sus inconformidades pues como se manifestó popularmente en 1999 "Si no hay justicia... hay funa".

Por otro lado, después de tener claro lo anterior, se dio inicio la segunda actividad que realizarían las y los estudiantes. Para ello, se dividió el curso en 3 grupos desde los cuales discutirían debates dados en redes sociales los cuales terminaron en "funar" a los protagonistas de las historias, después, cada estudiante dentro de los diferentes grupos se apropiaría de un rol (Juez, abogados, demandado y jurados) dando así apertura a la simulación de un juicio que sentenciaría a los "funados" cómo culpables o inocentes de los cargos.

En un primer momento, cada grupo recibió una guía de trabajo donde encontrarían los detalles del caso asignado, los antecedentes de lo sucedido y las pruebas de sus respectivas polémicas, asimismo, allí encontrarían 5 preguntas que les facilitarían la planeación de los argumentos que presentarían desde sus diferentes posturas.

Durante la realización del primer caso, abordaron la polémica de la *streamer* española Biyin, la cual en el año 2013 publicó diversos tweets que incitarían al odio cayendo en la xenofobia, clasismo, antisemitismo, entre otros. Hasta el punto de autodenominarse una nazi de Twitter. Consecuentemente en febrero de 2023 se viralizarían dichos *tweets* abriendo la discusión sobre si Biyin era responsable de difundir discursos de odio que puedan dañar la salud mental de algún usuario de internet o si en cambio es inocente, pues se defendió diciendo que ya no es la misma persona que alguna vez escribió eso en redes sociales.

Bajo la anterior situación, el primer punto de análisis hecho por el grupo fue bajo las preguntas ¿Conocía el caso antes de la actividad? Y si es así ¿Dónde escuchó de él por primera vez? Las y los estudiantes respondieron que lo conocieron en redes sociales como *Tiktok*,

Instagram y *Twitter*. Es posible que lo anterior responda al fenómeno de "repostear" o resubir contenido que no es de autoría propia a redes sociales, pues en el caso específico de Biyin la plataforma donde trabaja e interacciona más es *Twitch*, por lo que usualmente los mismos fans bajo diferentes intenciones deciden grabar pequeños clips de sus directos y subirlos a aplicaciones como *TikTok*, situación que no es exclusiva de la *streamer*, pues generalmente

TikTok está plagado de sus clips. Es decir que existe gente con cuentas impersonales (...) Estos videos llegan a alcanzar mucha repercusión, ya que tratan temas o elementos muy concretos de los directos como pueden ser los artistas de la Velada del año de Ibai, por ejemplo. Actualmente, los streamers, ya han aceptado que sucede en esta red social y lo orientan ya más a difundir su marca y que un mayor número de gente conozca su canal principal en Twitch. (Adsuara, 2023)

De allí, en *TikTok* se puede encontrar contenido de otras plataformas permitiéndoles conocer contenido de creadores que no suelen consumir y de igual manera enterarse de "funas" como esta.

Por otra parte, más adelante las y los estudiantes planearon una estrategia para organizar los argumentos que utilizarían en la simulación tanto a favor como en contra del acusado, de modo que, los defensores de la acusada Biyin decidieron usar la persuasión para abogar por su inocencia argumentando que las pruebas que se presentaban eran falsas y que de igual manera la acusada ya había pedido disculpas públicas por lo sucedido, cayendo así en la contradicción pues si los "cargos" fuesen falsos no habría un porqué de dichas disculpas.

Situación que es usual ver durante las "funas" en redes como *Twitter* pues con tal de defender al producto cultural de su interés algunos fans deciden negar rotundamente lo sucedido

por más que se haya demostrado lo contrario. Relacionándolo incluso con el dilema moral de separar el arte del artista, debate que se ha dado en internet repetidamente sobre el consumo de piezas de entretenimiento de autoría por personas que alguna vez se han relacionado a algún hecho problemático siendo los más famosos el del director Woody Allen y el cantante Michael Jackson, ambos acusados de violencia sexual a menores de edad.

Pues se pone en tela de juicio la pertinencia de continuar dando poder a personas que pueden ser cuestionables sin importar que sus producciones sean populares y bien recibidas por el público. Por lo que es posible analizar situaciones similares desde diferentes visiones de las industrias del entretenimiento, sin importar que muchas veces se enfoca en los consumidores, es así que

El debate se plantea como un problema del consumidor final: ¿Debería escuchar este disco o ver aquella película si sé que sus autores han perpetrado este abuso o son sospechosos de ello? Pero cabría preguntarse si este conflicto corresponde en la misma medida al ejercicio intrínseco de consumir el producto cultural de un artista, o bien al poder de influencia, prolongado en el tiempo, que éste ha ejercido o mantiene dentro del circuito artístico en el que opera. (Correa, 2020)

En situaciones como esta, cuando se discute sobre si el deber o no del consumo de algún producto donde las subjetividades de los individuos se ven implicados, es imposible imponer el sí es correcto o no, pero lo que es indiscutible es la problematización de los actos de dichos autores, pues, al ser productores de piezas que el público apropia estas logran transmitir un marco de valores desde sus creadores.

Por otro lado, los estudiantes que tuvieron como postura acusar como culpable a la *streamer* decidieron posicionarse desde otra estrategia, pues como ellos lo expresaron, "Se eligió el sentimentalismo, pues se quería hacer ver el daño y el error que había cometido Biyin". (Gambasica, Funas y cancelaciones en internet, 2023) Es así que estructuraron sus argumentos centrándose en la idea de hacerse responsable por sus actos pues tenía que reconocer lo problemático que es expresar discursos de odio en plataformas con tantos seguidores. Logrando este grupo ser más críticos ante la "funa" pues se permitieron leer el panorama más allá de la experiencia individual de la acusada, llegando a su público, fans e incluso como se habló anteriormente a usuarios de otras plataformas.

Concluyendo finalmente bajo la decisión de la juez la culpabilidad pues son irrefutables las acciones cometidas por Biyin y el impacto que tuvieron en terceros. Sin embargo, en relación con las respuestas que expresaron en la guía, hicieron énfasis que se debía comprobar la veracidad de las pruebas viéndose a la defensiva a cuestionar dicho producto cultural posiblemente gracias a la cercanía que algunos de los estudiantes tienen con el mismo sin importar que mientras estuvieron expuestos a la atención de todo el salón su juicio final demostraba lo contrario.

Más adelante, fue el turno para el grupo de estudiantes a quienes se les fue asignado el caso titulado como Qatar, en el cual se denunciaba la polémica respuesta del jefe del comité organizador del mundial al panorama de las más de 400 muertes de trabajadores del evento. Pues expresó que "Estamos en plena Copa del Mundo, hemos organizado con éxito un mundial ¿Y ahora quieren hablar de esto?" "La muerte es una consecuencia natural de la vida". (Infobae, 2022)

De allí, iniciaron problematizando que anteriormente habían escuchado del caso por *Facebook*, “sin embargo no tuvo un fuerte impacto en nosotros” (Gambasica, Funas y cancelaciones en internet, 2023) así que desde un primer momento todos los integrantes del grupo reconocían que es un caso que ameritaba más que una “funa” de internet, pues esta vez a comparación de los demás casos este implicaba pérdida de vidas humanas.

Bajo esa lógica, iniciaron la simulación del juicio abriendo con los argumentos de los abogados defensores, aceptando las muertes provocadas en la coyuntura del mundial, sin embargo, afirmando que el jefe del comité no es el único culpable, por lo que los medios de comunicación deberían dejar de hablar del tema, pues, contribuyen a “dañar” la imagen de este y si es necesario está dispuesto a pagar por ello.

En contraposición, el otro grupo de abogados optaron por hablar desde el sentimentalismo en similitud con el primer caso pues, su objetivo fue que todos los implicados reconocieron que el escenario es más amplio que la imagen de una persona pues lo sucedido dejaría huellas en el país.

Este caso en cuestión, al estar la totalidad del grupo de acuerdo de la culpabilidad del acusado, se limitaron en sentenciar como culpable tanto al jefe del comité organizador del mundial como al resto del equipo de la FIFA, ya que las peticiones que se pidieron desde los argumentos defensores que, iban desde prohibir a los medios de comunicación hablar al respecto y liberar a la FIFA de toda responsabilidad no era proporcional al crimen en cuestión.

Después, las y los estudiantes procedieron a problematizar en la guía de trabajo sus primeras reacciones sobre el caso. Declararon que al leerlo reconocieron que debieron de invertir más tiempo en lo sucedido cuando escucharon de él por primera vez pues quedaron familias

esperando a los que nunca regresaron. Asimismo, expresaron que someterse a ejecutar un rol que no necesariamente cumplía con sus opiniones fue de su agrado pues "al escuchar ambos lados me ayuda a tener una opinión propia y a tener criterio frente a diferentes situaciones". (Gambasica, Funas y cancelaciones en internet, 2023) Es así que, las experiencias individuales y colectivas contribuyen a la construcción del criterio pues

El criterio, no sólo se adquiere con la formación teórica y experiencia práctica en el producto, servicio o proceso concreto, sino también en las experiencias propias y ajenas de diferentes situaciones previamente planteadas, de su decisión correspondiente, y de su resultado final. (Cabanés, 2022)

Finalmente, el último grupo que abordaría un caso dio apertura a la simulación del juicio, el cual tuvo como protagonista al *streamer* Xokas quien en uno de sus *streams* habituales donde tiene una media de 14.700 personas, recibe una donación de uno de sus suscriptores donde cuenta que le gustaba ir a discotecas sin beber nada. El *streamer* en vez de reprochar dicho comportamiento o ignorarlo, contó de forma burlona que a uno de sus amigos le gusta salir sin tomar una gota de alcohol, pues lo pone en ventaja en situaciones donde las mujeres suelen estar embriagadas, así "ligar" es más fácil.

Desde ahí, las estudiantes que hicieron de abogadas acusadoras decidieron mostrar al resto de compañeros el video que funcionaría como prueba de las declaraciones previamente hechas por el *streamer*, para contextualizar sus argumentos, los cuales apuntaron a demostrar la gravedad de las palabras de Xokas, ya que banalizar dicho comportamiento era violento pues sin importar que no lo contaba como vivencia personal se acercaba a la apología de la violación.

Por el contrario, las abogadas defensoras justificaron al acusado pues afirmaron que, aunque el comentario no fue el adecuado no estaba incitando a nada. Consecuentemente, al igual que en los dos casos anteriores las personas que buscaban la culpabilidad del acusado hicieron énfasis en que sus acciones no se limitan al momento, sino que gracias al poder mediático con el que cuenta es necesaria una responsabilidad social al comunicar de cara al público.

Lo anterior se dificulta pues la responsabilidad social de estos nuevos individuos públicos como los *influencers*, no es la misma a la que se les pide a los medios de comunicación tradicionales pues a estos últimos se les relaciona con la obligación de denunciar y exponer las coyunturas actuales, mientras que las figuras públicas muchas veces se restringen en dar su opinión por miedo a perder seguidores o marcas con las que puedan trabajar. Aun así, estos *influencers* están vigilados constantemente pues "Actualmente, hablamos de un consumidor responsable e hipercrítico, que evalúa si una empresa o marca tiene un buen impacto en la sociedad o no, si apoya causas sociales y qué tipo de estrategias pone en práctica" (Andina, 2020).

Como resultado, a pesar de que a este último grupo de estudiantes se les dificultó un poco más la exteriorización de los argumentos que planearon a comparación de sus compañeros tal vez por falta de conocimiento alrededor del caso pues como ellas contaron al final del ejercicio "Nos hubiese gustado indagar más sobre el caso para haber hecho nuestro rol mejor" (Gambasica, Funas y cancelaciones en internet, 2023) optaron por declarar culpable al acusado pues le atribuyeron responsabilidad no solo a sus palabras sino también al tono de voz irónico.

En conclusión, la sesión logró la interconexión entre el activismo en las redes sociales y las "funas", así como el dilema ético del consumo cultural en línea. Aunque comparten

similitudes en cuanto a su objetivo de denunciar y exponer, también se enfocan en aspectos diferentes, como lo expuso la variedad de casos y la responsabilidad de las figuras públicas. Estas reflexiones ilustran la complejidad y la dinámica en constante cambio de la interacción entre los usuarios, las plataformas y las cuestiones sociales.

Por lo cual, las y los estudiantes exploraron como los consumidores enfrentan el debate de separar el arte del artista, especialmente cuando se trata de creadores involucrados en controversias, además, de reconocerse a ellos mismo dentro del debate a través de las simulaciones de los juicios. A pesar de la complejidad que tiene la formación de un criterio ante situaciones que comprometen la subjetividad y el consumo cultural, se ve presente en la totalidad de los grupos la problematización de los actos de estos artistas y como sus producciones pueden transmitir valores desde sus creadores, así como también, sus actos tienen consecuencias más allá de la acción misma pues repercuten en quienes consumen sus producciones.

Finalmente, la participación en esta actividad les permitió enfrentarse a una amplia gama de opiniones que fomentarían su pensamiento crítico y análisis. Sin embargo, esta exploración no está exenta de tensiones, ya que algunos estudiantes podrían sentir la presión de seguir opiniones mayoritarias por miedo a la crítica. Esta autocensura puede restringir la expresión individual y la diversidad en el debate.

A pesar de estas dificultades, es de resaltar la predisposición de las y los estudiantes al mostrar interés en comprender las implicaciones de dinámicas de activismo en el internet, reconociendo el impacto en la vida cotidiana. Promoviendo así la autocrítica alrededor del consumo cultural en vía a unas prácticas éticas y coherentes en relación a su construcción subjetiva.

Sesión 3: Movilización de afectos a través del consumo cultural

La tercera sesión de trabajo, que se realizó en compañía de las y los estudiantes, tuvo como foco central la dignificación de los afectos que los individuos construyen alrededor de su consumo cultural desde las diferentes industrias del entretenimiento y como éstas logran configurar aspectos fundamentales de la subjetividad individual y colectiva.

La actividad se estructuró en dos momentos. Inicialmente, las y los estudiantes se familiarizarían con el término afectos y las posibles implicaciones que tienen estos en sus cotidianidades, después, por medio de una exposición libre por parte de los alumnos, expondrían un producto cultural cercano a ellos, el cual aterrizarían a sus realidades con ayuda de preguntas orientadoras establecidas por la docente.

Consecuentemente, al igual que en todas las sesiones anteriores se abrió el espacio preguntándoles a las y los estudiantes sí conocían la palabra "afectos", dividiéndose las respuestas entre el rotundo no y relacionándola con las interacciones positivas que se tienen con alguien como los amigos o la familia. Tomando dicha relación como introducción a la temática del encuentro.

Por lo que se les explicó que los afectos son una diversidad de emociones que los seres humanos desarrollan alrededor de algo o alguien construido como consecuencia de experiencias previas pues "el afecto está dirigido hacia otra persona, ser o cosa y sus niveles pueden oscilar, pero suelen ser más permanentes"(Catillero, 2018). Por lo que pueden ser tanto positivos como negativos encargándose así de establecer límites y relaciones.

Una vez establecida una base teórica, se generó el entorno para que los estudiantes presentaran frente a todos sus compañeros la variedad de productos culturales que venían

planeando ya con un par de semanas de antelación. Estos productos no solo reflejaron sus expresiones creativas, sino que también son manifestaciones del proceso de construcción subjetiva en su vida cotidiana. Para mayor organización, se planearon una serie de preguntas orientadoras que apoyarían la estructura de las presentaciones, a la vez, sugiriendo que añadieran cualquier otro elemento que les pareciera relevante.

Es así que, con la primera pregunta, ¿Cómo conoció el producto cultural? es posible detectar ciertas tendencias en común pues, 3 de las 7 exposiciones específicamente las relacionadas con la música manifestaron que el primer encuentro con el producto fue en compañía de un familiar o amigo, así lo contaron “La primera vez que escuche Morat fue en el carro mientras mi papá manejaba”; “Conocí a Morat por la radio y eso nos unió más como amigas” y “Las canciones de Neutro Shorty me recuerdan a mis amigos y por eso las escuchamos juntos” (Gambasica, Exponiendo un producto cultural, 2023). Por lo que la música funciona como vínculo social que refuerza dichas interacciones con los implicados trasgrediendo no solo la relación persona-persona sino también evoca recuerdos del territorio de donde proviene, anécdota de uno de los estudiantes “todos en Venezuela conocemos a Neutro Shorty, es de los cantantes que salieron de las calles y son famosos así como MicroTDH” (Gambasica, Exponiendo un producto cultural, 2023).

Lo anterior responde a que históricamente la humanidad ha utilizado la música como método de expresión y preservación de la memoria social por lo que sin importar que las experiencias individuales sean personales suceden en espacios colectivos generando mensajes comunes.

la lengua hablada en común, las actividades que cada uno realiza y todos los objetos sonoros que se perciben en la vida forman parte de una identidad y memoria colectiva. Un individuo que crece en un entorno acústico determinado está acostumbrado a ciertos sonidos e incluso a ciertas expresiones musicales y a lo largo de su vida unos objetos sonoros desaparecerán mientras que otros se incorporarán a su escucha de acuerdo a las actividades que vaya realizando. (Woodside, 2008)

Posibilitando así la música, las creaciones de afectos positivos entre el producto y el individuo al estar vinculado con situaciones, personas y lugares importantes para el sujeto en cuestión.

Al mismo tiempo, la primera pregunta orientadora permitió poner sobre la mesa la utilización de plataformas como Pelisplus y Cuevana, las cuales son páginas de internet donde los usuarios pueden encontrar y ver contenido audiovisual totalmente gratis, facilitando su consumo en comparación a otras, como Netflix, HBO y Disney+, pues, estas dependen de una suscripción para acceder a su oferta. Pasando por alto las leyes de derechos de autor durante años, como es el caso de Cuevana de origen argentino, todo esto gracias un vacío legal en las leyes del derecho a la información del país, pues

Esta ley establece que es un delito almacenar o exhibir de forma ilícita contenido que está protegido.

Sin embargo, Cuevana no es un sitio que almacene copias ilícitas de contenido protegido. Lo que hace esta página es utilizar un servidor que usa links externos para redireccionar a sus usuarios al contenido que buscan. (Rodríguez, 2022)

Es así que, estas plataformas fueron el primer lugar de acceso para películas entre ellas *Intensamente* (Docter & Del Carmen, 2015) y *La princesa y el sapo* (Clements & Musker, 2009). Dos productos culturales que fueron expuestos, de los cuales resaltaron la importancia de valorar la salud mental. Como resultado, las y los estudiantes reflexionaron sobre como especialmente la película de *Intensamente* (Docter & Del Carmen, 2015) ayuda a reconocer que la tristeza es un sentimiento válido y lo importante que es no subestimar las emociones.

De modo que, en el complejo contexto que los jóvenes habitan hoy en día, es esencial que se reconozcan y comprendan sus sentimientos como un paso fundamental hacia el cuidado de su salud mental; usualmente saturado por las demandas de la vida académica, social y personal, por lo que pueden verse tentados a reprimir sus emociones para mantener una fachada de fortaleza. Sin embargo, reconocer sus sentimientos les brinda la oportunidad de conectarse consigo mismos en un nivel más profundo, comprendiendo sus preocupaciones, miedos y alegrías. Este proceso de autoconciencia no solo promueve la resiliencia emocional, sino que también les otorga herramientas necesarias para lidiar con el estrés y los desafíos de manera más efectiva. Por lo que es de apreciar y complejizar cuando elementos culturales como dicha película de Disney actúan como puente a la introspección especialmente cuando está dirigido a un público joven.

Caso similar sucede con la exposición que los estudiantes abordaron desde el jugador Luis Diaz: futbolista del Liverpool F.C, ya que, el pasado y el éxito del futbolista fue resignificado para las vidas de los estudiantes pues como ellos contaban "nos gusta que viene de un pasado humilde pero trabajó mucho para estar donde está hoy, eso es lo que tenemos en común con él" (Gambasica, Exponiendo un producto cultural, 2023). Convirtiéndose así en un referente de superación, asimismo, al preguntarles ¿por qué les interesa tanto la vida de él?

respondieron que “también por el sueño frustrado de ser futbolista sabes, es como si cumpliéramos el sueño en su trayectoria” (Gambasica, Exponiendo un producto cultural, 2023) Consecuentemente, gracias a la identificación crearon una conexión emocional afectiva positiva tanto con el jugador como con el fútbol.

Más adelante, bajo la pregunta ¿por qué decidieron ese producto cultural? las y los estudiantes dieron sus perspectivas más objetivas sobre las producciones que eligieron, como por ejemplo, Barbie (Gerwing, Barbie, 2023), este caso es interesante, ya que el grupo que habló de la marca no se limitó solo al juguete o la película, pues decidieron manifestar sus afectos positivos como negativos a la vez que fueron críticas al impacto que ha tenido socialmente Barbie. Las estudiantes introdujeron la presentación haciendo la crítica de que, aunque era una muñeca que les recordaba a su infancia de forma agradable, también habían tenido que crecer bajo los extremos regímenes estéticos que la marca impuso sobre las mujeres durante años antes del nuevo discurso de empoderamiento femenino que expresa hoy día, como comentaron “ Desde que se creó la muñeca impuso un tipo de belleza “perfecta” donde era rubia con 60-90-60 y muy alta. ” y “ promovió el pensamiento de que las niñas eran rosa y los niños azul” (Gambasica, Exponiendo un producto cultural, 2023)

Desde allí, señalaron que debido a que el mundo es habitado por una sociedad automatizada, hay una respuesta desigual por parte del público hombre a la marca de Barbie (Gerwing, Barbie, 2023), por lo que también se convertía dentro de todo en un espacio femenino de empoderamiento a lo que las incitó a sumergirse en el mundo cinematográfico de más de 30 películas donde la protagonista es la muñeca, gusto que confidencialmente satisfacen en plataformas nombradas anteriormente como Cuevana.

Con relación a la tercera pregunta, ¿hace cuánto le gusta el producto cultural? El grupo del que se habla en el párrafo anterior fue el único que se acercó al producto desde sus infancias, pues, en comparación con los otros grupos, adquirieron el gusto por sus elecciones en sus adolescencias, pues fue en ese momento donde respondían a sus demandas, así lo dijo uno de los estudiantes que expuso a la banda de rock *Guns and Roses* “Hace poco nos gusta y es más que todo por la rebeldía y la libertad personal de la que hablan” (Gambasica, Exponiendo un producto cultural, 2023). Al igual que en caso de Morat donde una de las estudiantes recién conocía la banda en el año 2022, pero fue suficiente para impulsarla a enfrentar sus miedos a la vez que se sintió apoyada por su música durante la pandemia expresando en sus diapositivas “Morat es mi curita al corazón y “son mi todo”⁶ (Sanabria & Silva, 2023).

Por lo que, la influencia de los productos culturales de la industria del entretenimiento va más allá de la simple diversión. A medida que los individuos se sumergen en las diferentes narrativas y resignificaciones que consumen, no hay un determinado tiempo para crear lazos fuertes entre espectador y producto, pues las experiencias ya contadas por las y los estudiantes demuestran que muchas veces es casi instantánea la afinidad que se tiene sobre la expresión cultural.

Por otro lado, frente a la última pregunta orientadora ¿en dónde suele ver contenido del producto elegido? ya se han dado algunas respuestas durante el presente apartado, pues, en el caso de las películas suelen verlas por plataformas de piratería y escasamente por páginas oficiales bajo suscripción. Asimismo, los gustos relacionados con la música acceden fácilmente

⁶ Para obtener información detallada sobre el proceso de producción, consulte el Anexo J

desde *webs* como YouTube y Spotify pues éstas si permiten su utilización gratuitamente con ciertas restricciones de contenido.

Aun así, las redes sociales siguen cumpliendo con su papel de ofrecer y dirigir el contenido específico para los usuarios de sus *webs*, por lo que interaccionan con dicho producto a través de aplicaciones especialmente por *TikTok*. Pues allí es posible crear contenido alrededor del producto cultural convirtiéndose en consumidores activos a la par que es un espacio común donde interactuar con otros individuos de gustos similares. Es así que

TikTok interactúa activamente con sus usuarios, pues no solo sirve para subir contenido como otras redes, sino que promueve desafíos (*challenges*) “para que la gente participe y haga su propia versión”, lo que permite que “un usuario medio pueda ganar cientos y miles de comentarios y *likes* si hace un buen vídeo” (Herencia, 2020).

Finalmente, la tercera sesión de trabajo con los estudiantes profundizó en cómo el afecto y la emoción se entrelazan con el consumo cultural en diversas industrias del entretenimiento. Por lo que, productos culturales como la música, las películas y los íconos deportivos pueden ser herramientas poderosas para construir conexiones emocionales y sociales en la vida de los individuos. De allí, es posible conocer una nueva perspectiva sobre cómo estas relaciones pueden ser tanto positivas como negativas, sin ignorar la capacidad de ser autocríticos ante ello.

Además, el consumo cultural no solo trasciende las necesidades humanas de ocio, sino que también evoca recuerdos y emociones compartidas. Estas producciones como las películas y los programas de televisión pueden servir como herramientas para el autoexamen y el empoderamiento emocional, desde la identificación con los personajes y las narrativas les

permite conectarse profundamente con ellos mismos, aumentando su resiliencia emocional y su capacidad para enfrentar los desafíos de manera más integral.

En última instancia, el análisis de las plataformas de consumo cultural, como los sitios de transmisión en línea y las redes sociales, muestra cómo la tecnología está cambiando la forma en que los jóvenes interactúan con los productos culturales. El acceso a través de plataformas de piratería y la participación activa en redes sociales ha redefinido cómo se consumen y comparten estas expresiones artísticas. Estas plataformas no solo brindan contenido, sino que también permiten que las personas creen y compartan sus propias interpretaciones, generando una conexión más dinámica y participativa con la cultura.

En suma, cada elemento de la cultura popular se ha convertido en una herramienta para la expresión emocional, la identificación y la interacción social. Estas conexiones no solo enriquecen la experiencia cultural de los jóvenes, sino que también contribuyen a su desarrollo emocional creando una conexión cada vez más estrecha.

Sesión 4: Movilización de afectos a través de la representación

Esta cuarta sesión con las y los estudiantes funcionó de complemento a la temática del encuentro anterior pues, aunque esta se fundamentó en un ejercicio individual, comparte objetivos con la tercera sesión, ya que desde la producción fan y la representación subjetiva se busca el reconocimiento de los afectos a la par de la configuración del pensamiento crítico de su consumo cultural.

Inicialmente, se le entregó a cada estudiante una guía de trabajo que constaba de dos puntos. En el primero se les pidió que realizaran un *fanart*⁷ que tuviese como inspiración un personaje de la industria del entretenimiento de libre elección y desde ahí adaptar dicho dibujo a sus singularidades. Para así en el segundo punto, reconocer por medio de una escala de Likert y unas preguntas orientadoras, la conexión afectiva en relación al personaje y la disposición a cuestionar los significados de este.

Gracias a la diversidad de subjetividades que en el mismo salón de clases conviven, se tuvo como resultado una gama de *fanarts* que lograron ser el reflejo de sus aspiraciones actitudinales relacionadas con sus círculos sociales. De modo que es necesario identificar las causas por las que los estudiantes decidieron inclinarse para la creación de sus dibujos, siendo la más común caricaturas de sus infancias, entre ellas Flash, Patricio Estrella, Hello Kitty, la doctora Juguetes, Caroline, entre otros; los cuales enlazaron con afectos que surgieron en compañía de la familia, la cual suele ser el primer círculo social en crear pautas socioafectivas reguladas a partir de valores, normas, roles y habilidades.

Por lo que es de resaltar que en algunos de los trabajos los estudiantes tuviesen presente que la familia es esencial en la formación de la identidad personal pues es un determinante de los afectos positivos que desarrollan hacia un producto cultural siendo incluso el primer argumento cuando se les preguntó ¿Por qué decidieron ese personaje? Obteniendo como respuesta “ me recuerda a mi infancia y a las muchas veces que jugué con mi hermano (...) y también veíamos a

⁷ El termino Fan art hace referencia a expresiones artísticas incluyendo dibujos, pinturas, esculturas, cómics y diversas formas visuales realizadas por fans tomando como base personajes, franquicias, películas, series de televisión, videojuegos, libros y demás formas de entretenimiento.

streamers jugando esta saga era muy divertido”, “Me representa mucho él, pero también como es la familia de él” y “Me recuerda a mi infancia pues jugué a los juegos con mis familiares” (Gambasica, Fanart y representación , 2023).

Los individuos, al ser seres sociales, sienten la necesidad de pertenecer a una comunidad de la cual adoptan características que influyen en sus puntos de vista y creencias personales. Esto, a su vez, refuerza los lazos familiares al permitir que las percepciones y convicciones personales sean cuestionadas y validadas de manera constante.

A medida que las personas crecen y conocen a más personas en diferentes grupos sociales, como amigos, obtienen nuevas perspectivas que influyen en su desarrollo personal. Esto genera conexiones emocionales con las personas en esos grupos, por lo tanto, es común que los estudiantes se preocupen por el bienestar de sus amigos.

De ahí un poco menos de la mitad de los estudiantes consideraron que el personaje que eligieron representaba su interés por cuidar de sus amigos tal y como lo hacen en sus universos ficticios expresando, “ A mí me identifica mucho la actitud de Hello Kitty que tiene con sus amigos, ya que es muy atenta y amorosa con sus amigas; “ la relación de Lady Bug conmigo (...) somos olvidadizas y distraídas, siempre queremos ver a nuestros amigos felices” y “ En la personalidad, siempre está pendiente y se preocupa por sus amigos, busca que estén bien y disfruten el tiempo juntos”⁸ (Gambasica, Fanart y representación , 2023).

Como consecuencia de tan marcada relación entre pares, los individuos jóvenes tienen a valorar el intercambio de significados entre sí gracias al notorio apoyo emocional en el que se

⁸ Para obtener información detallada sobre el proceso de producción, consulte el Anexo L

desenvuelven desde la empatía, pues, sin importar los contextos específicos de los que cada persona proviene, les atraviesan escenarios en común como lo puede ser la escuela. Por lo que en “la función del vínculo entre amigos/as para la constitución psíquica adolescente, podemos destacar el valor que ocupa para potenciar y acompañar procesos psíquicos propios de la adolescencia: proyectos propios y compartidos, generar nuevas identificaciones y cuestionar otras previas” (Miranda, 2021).

De modo que, en el proceso de autoconocimiento es inevitable que las interacciones sociales se estructuren a través de los afectos, los límites y posibilidades que los individuos reconocen al sentirse representados por un conjunto de ideas, al punto que es probable que algunas personas debido a sus subjetividades, a diferencia de la mayoría opten por no identificarse con un personaje de la ficción especialmente si sienten que no reflejan su autenticidad o experiencia personal, como fue el caso de un estudiante que decidió transformar el ejercicio y hacer el *fanart* en base de la caricaturización de su persona acompañado de la frase “el personaje soy yo”⁹.

Por otra parte, después de la realización del *fanart* y que las y los estudiantes se apropiaran de dicho dibujo, con ayuda de 6 preguntas previamente estructuradas, tuvieron que asociar sus respuestas coloreando en las diferentes secciones (afirmativa y negativas) de la escala de Likert y desde allí dependiendo de que mayor porcentaje de la escala estuviese más intervenida reflejaría la disposición de ellos a ser críticos de lo que sus personajes representan.

⁹ Para obtener información detallada sobre el proceso de producción, consulte el Anexo K

El pensamiento crítico juega un papel esencial a la hora de evaluar las ideas personales, opiniones, expresiones y en la toma de decisiones. Por lo que, en un mundo diverso y lleno de perspectivas diferentes, la capacidad de analizar de manera objetiva y reflexiva lo que ellos como individuos representan es fundamental. Es así que, los estudiantes al verse reflejados por sus personajes pudieron cuestionar sus propios prejuicios y suposiciones, a la par que en la socialización de los trabajos de sus compañeros concibieron mejor las diferentes experiencias de los demás.

Aun así, dicho análisis no es un proceso único desde los intereses y singularidades de los individuos pues hay determinantes externos igual de importantes ya que, "El pensamiento está condicionado, en su forma y contenido, por los factores emotivos, sociales, políticos, culturales, etc. que lo propician, pero que también pueden obstaculizarlo o bloquearlo" (Jusino, 2003).

Así pues, el pensamiento crítico esta atravesado por las realidades de quienes lo practican, sus cotidianidades y formas de consumo, por lo que es importante resaltar que los resultados de las escalas de Likert de las y los estudiantes fueron diversos, ya que cada persona trae consigo su propio conjunto de valores, creencias y experiencias que influyen en su disposición al juicio crítico. Por lo tanto, no solo implica identificar lo que consideramos adecuado o inapropiado, sino también estar dispuestos a considerar la incidencia de las acciones propias sobre los demás.

Por otro lado, en relación a las preguntas que determinarían los resultados de las escalas, fueron divididas bajo las dos temáticas de representación y subjetividad pues así sería más clara la potencialidad del ejercicio. Durante la primera se cuestionaba la existencia de afectos positivos ante el personaje con preguntas como: ¿Te identificas con lo que el personaje representa?, ¿Te

has sentido inspirado por las acciones del personaje?, ¿Te has emocionado cuando alguien habla sobre el personaje?, ¿Te sientes cómodo con lo que representa la estética de tu personaje? Dando como resultado general la inclinación a una respuesta afirmativa que reflejaría un vínculo afectivo positivo ante la elección de personaje y los argumentos que sustentaría dicha elección puesto que en aproximadamente en la mitad de los trabajos aceptaron que sus similitudes van más allá de la estética, significando que ya sea previo o durante el ejercicio lograron identificar la versatilidad que tienen ellos como consumidores activos en la creación de vínculos complejos sobre un producto cultural ya establecido.

En cambio, para la segunda temática que estaría determinada por las preguntas: ¿Este personaje ha influido en tu vida? y ¿Crees que eres capaz de identificar las acciones negativas del personaje?, las respuestas no fueron tan homogéneas como las anteriores puesto que estas cuestionarían la disposición a ser críticos en su cotidianidad ya que no se les facilita en un primer momento abrirse a la posibilidad de que tanto ellos como individuos, así como sus *fanarts*, puedan adoptar actitudes cuestionables en ocasiones.

Los errores pueden ser difíciles de asimilar, por lo que a veces nos rehusamos a admitirlos, en vez de asumirlos. Nuestro sesgo de confirmación se impone y esto provoca que comencemos a buscar cómo probar nuestras creencias (...) Los psicólogos denominan esto como disonancia cognitiva (el estrés que experimentamos cuando tenemos dos pensamientos, creencias, opiniones o actitudes contradictorias). (Wong, 2017)

Decidiendo así separase un poco de lo que anteriormente habían reconocido cayendo casi en una contradicción, situación que aunque fue escasa en los ejercicios es posible encontrarlo con casos como el de una estudiante que dijo "yo siento que no tiene nada en común conmigo,

sino que me gusta” (Gambasica, Fanart y representación , 2023). Para después proceder a contar lo importante que dicho personaje es para ella.

En conclusión, esta cuarta sesión con los estudiantes proporcionó información valiosa sobre la relación entre la producción *fan* y la representación subjetiva en la construcción de afectos y pensamiento crítico en el consumo cultural. A través de la creación de *fanarts* inspirados en personajes de la industria del entretenimiento demostraron cómo sus elecciones reflejan sus experiencias personales, especialmente aquellas relacionadas con la familia y los amigos. Además, el proceso reflexivo y de autoevaluación mediante las escalas Likert enfatizó la necesidad del pensamiento crítico en la apreciación de la cultura popular, reconociendo que este proceso puede ser complejo debido a la posible resistencia a cuestionar las creencias arraigadas

Sesión 5: Síntesis de los aprendizajes

Esta última sesión se organizó bajo la intención de crear un producto visual creativo por parte de las y los estudiantes que lograra evidenciar el proceso educativo que se tuvo alrededor de los diferentes encuentros. Puesto que, como está especificado en el apartado metodológico de la presente investigación, la intervención en el espacio educativo del colegio Tibabuyes Universal específicamente en el curso 1102 cumplió con una ruta temática centrada en la construcción subjetiva y su lugar como jóvenes *fans* de las industrias del entretenimiento durante dicho proceso.

Desde ahí, el encuentro se dividió en tres momentos claves para su debida ejecución. Inicialmente, con la participación de las y los estudiantes, se hizo un recorrido sobre las categorías y temáticas que se trabajaron durante los encuentros con ayuda de un pequeño esquema, así como las reflexiones que allí se hicieron. Posteriormente, se les pidió a los

estudiantes la creación de un producto dándoles como inspiración los formatos *collage*, *fanzine* y folleto, en donde ellas y ellos tendrían que expresar lo aprendido por medio de la escritura para que desde allí se hiciesen partícipes de sus conocimientos vinculando así sus perspectivas. Por último, se abriría el espacio para que las y los estudiantes se tomaran la palabra y así retroalimentar desde sus puntos de vista las experiencias que obtuvieron durante el proceso.

De modo que, del ejercicio central de la producción basada en la interiorización de lo aprendido, se obtuvo un total de 9 trabajos donde tenían como requisito la escritura de un corto artículo que abordara una de las temáticas que más les interesó durante las clases, acompañado de un soporte visual ya sea dibujado a mano o utilizando algunas impresiones que se les dieron como insumos, además de escribir una pequeña opinión sobre la importancia de las temáticas vistas.

Dicho requisito, se debe a que parte de las razones del trabajo de campo en la escuela no fueron la reproducción y repetición de saberes, sino la producción de nuevas nociones por parte de los individuos, por lo que se decidió que la escritura lo permitiría, ya que

Una práctica de composición escrita en el aula con el propósito de fortalecer la enseñanza-aprendizaje, permite al estudiante, no sólo una mayor comprensión sobre la diferencia entre decir y transformar o construir conocimiento, sino también conocer controlar y evaluar su propio proceso de composición escrita (Giraldo, 2015).

De modo que, al momento de ser limitado únicamente por dichos requisitos, las y los estudiantes optaron por desarrollar diferentes formatos, siendo el más común los folletos para después seguirles las infografías. En relación con el contenido que en estos se encuentran, es posible observar que efectivamente abordaron todas las temáticas que en el salón de clases se

vieron desde la primera sesión, siendo esto un reflejo positivo de que las y los estudiantes lograron reconocer el hilo conductor entre ellas además de dominarlos.

De allí dando apertura al análisis, las "funas" fue uno de los temas que más se eligió, siendo un total de tres productos, allí, las y los estudiantes escribieron desde diferentes subtítulos, teniendo en común el énfasis a que dichas acciones corresponden a la denuncia social, pues, cuando se respondieron a la pregunta ¿qué son las funas? Manifestaron que, " es una denuncia pública" y "cuando entre todas las personas se unen para funar" (Gambasica, Producción de conocimiento, 2023). Además, en dos de los tres trabajos hicieron la diferenciación de las posibles consecuencias que estas tienen dependiendo la gravedad del caso, pues, dieron ejemplos banales como las opiniones irresponsables de Streamer Xokas donde no hubo mayor consecuencia fuera de las redes sociales hasta el juicio real que se le hizo al jugador de fútbol Mason Greenwood por abuso físico y sexual.

Por otro lado, el artículo no solo abordó las definiciones y consecuencias, sino que también hubo un grupo que hizo una crítica a que si no se hacen dichas denuncias con responsabilidad pueden llegar a tener consecuencias negativas como el acoso en redes sociales y la censura. Situación que es común en el internet, pues sin importar que ha logrado movilizar y resaltar la necesidad de justicia por parte de las personas del común, también existe una dualidad donde

La cultura de la cancelación se ha convertido en una vía, sin ninguna clase de límites, para sancionar a personas por conductas que, aun siendo mal vistas por la sociedad, no constituyen delito, afectándolas de manera desproporcionada en cuanto a sus

prerrogativas, como el derecho a ser escuchado y el derecho a la presunción de inocencia. (Cabrera & Jimenez, 2021)

Por otra parte, es importante resaltar la relación que desarrollaron entre el tema y el apoyo visual, pues, es interesante cuando deciden ubicar el logo de la Policía Nacional de Colombia junto a una imagen de Pablo Escobar entre barrotes, como si el primero reflejara la justicia y el segundo expresara la consecuencia, posiblemente con la intención de llevar la discusión a la realidad haciendo similitud a las funas como si cumplieran el papel de justicia en el internet.

En cuanto a los productos que se centraron en otros contenidos, se encuentran 5 trabajos con el interés de la construcción subjetiva y la movilización de afectos, estos divididos por la temática, puesto que 2 decidieron hacerlo desde la representación y los restantes desde el consumo cultural.

Es así que, inicialmente, los artículos que escribieron las y los estudiantes en los productos relacionados con la construcción subjetiva y la movilización de afectos desde la representación tienen como enfoque resaltar los beneficios que trae ser parte de las dinámicas *fan*, pues en palabra de ellos refiriéndose al *fanart*, “ es arte hecho por fans (...) Los beneficios que trae hacer esto es que nos ayuda demasiado a conocernos a nosotros mismos y esto lo hacemos asemejando las características o rasgos personales”¹⁰ (Gambasica, Producción de conocimiento, 2023).

¹⁰ Para obtener información detallada sobre el proceso de producción, consulte el Anexo M

Asimismo, al igual que uno de los grupos que trabajo "funas" también anexaron al producto una crítica, esta vez sobre el fanatismo desmedido de algunas personas que no logran ser críticos ante su consumo cultural perdiendo así su propia "esencia". Por otro lado, decidieron apoyar sus escritos con imágenes de productos culturales relevantes en la actualidad como Harry Styles, ElRubius, Mr Beast, The Avengers, entre otros. Esto, debido a que según la percepción de ellos son personajes muy queridos por los *fans* además de ser muy populares.

Al mismo tiempo, los 3 trabajos que decidieron producir a través de la construcción subjetiva y la movilización de afectos desde el consumo cultural en comparación de las demás temáticas, escribieron sus artículos desde perspectivas muy distintas pues uno de ellos se interesó en expresar lo que aprendieron con dicha sesión con frases como "aprendimos la importancia de los sentimientos", "Hablamos de cómo estos gustos hacían parte y aportaban en nuestros recuerdos y sentimientos" y "manejamos el respeto, el compañerismo y la creatividad"¹¹ (Gambasica, Producción de conocimiento, 2023). Resumiendo su experiencia como satisfactoria.

Mas adelante, otro grupo decidió resaltar las características de porque cada producto cultural que eligieron para anexar a su formato es especial, por lo que describieron momentos, datos curiosos y opiniones de cada una de ellas, viéndose presentes varias industrias del entretenimiento como el cine, la música, *YouTube* y el futbol, para finalmente concluir " Las exposiciones nos sirvió [sic] para conocer tipos de *fandoms* diferentes, actos culturales y adquirimos un nuevo pensamiento o perspectiva de cosas que le gustan a las demás personas" (Gambasica, Producción de conocimiento, 2023).

¹¹ Para obtener información detallada sobre el proceso de producción, consulte el Anexo N

El último producto relacionado a la temática escribió sobre como algunos iconos son bastante populares, aunque lo que representan no es tan positivo, poniendo de ejemplo a Pablo Escobar y cómo “la gente lo idolatra por sus “buenas acciones” financiadas por el narcotráfico” (Gambasica, Producción de conocimiento, 2023). Refiriéndose así a que no todas las representaciones son bien aceptadas socialmente, además, que no todos los íconos son personajes de la ficción, sino que también pueden llegar a ser personas que influyeron en la historia, pero que gracias a los medios de comunicación logran popularizar su imagen complejizando todo lo que los rodea como sucede con la narcocultura pues,

Lo narco no es solo un tráfico o un negocio; es también una estética, que cruza y se imbrica con la cultura y la historia de Colombia y que hoy se manifiesta en la música, en la televisión, en el lenguaje y en la arquitectura. (Rincon, 2009)

Por último, después de que la mayoría de los trabajos se produjeran desde las temáticas de las sesiones, uno de los grupos decidió hacer una infografía sobre las categorías que atravesaron cada una de las clases, además de acompañarlo con un collage que representaba las industrias del entretenimiento entre música, internet y producciones biográficas.

En modo de conclusión, esta última sesión marcó el final exitoso del trabajo de campo en la institución dando resultados gratificantes. Los estudiantes demostraron en sus producciones creativas un análisis profundo de temáticas que posiblemente antes de esta experiencia no consideraban relevantes en sus cotidianidades. Además, se evidenció un claro desarrollo del pensamiento crítico al cuestionar aspectos negativos, en apartados como fueron las “funas” y el fanatismo desmedido.

También demostraron una conexión sólida entre el contenido y el apoyo visual, destacando cómo las imágenes y los símbolos pueden potenciar el impacto de un mensaje. A través de su trabajo, lograron transmitir sus ideas de manera efectiva y persuasiva. De igual manera, gracias a los resultados evidenciaron su capacidad para abordar temas complejos y presentarlos de manera atractiva y reflexiva, fortaleciendo su comprensión en la producción de conocimiento y transmisión de información.

En su elaboración cuestionaron sus propios procesos y les permitió evaluar tanto de composición de escritura, composición estética e interiorización de saberes ampliando así sus perspectivas.

Reflexiones Finales

Después de un proceso de investigación y participación en el aula, es posible resaltar algunas conclusiones que revelaron la efectividad de los planteamientos iniciales. Es evidente que la subjetividad está estrechamente relacionada con las formas de consumo cultural. En este contexto, elementos como la cultura popular, los *Fandoms* y las redes sociales juegan un papel fundamental en la formación de identidades culturales y políticas en la era digital. Estas dinámicas desafían las estructuras culturales tradicionales y afectan la manera en que los procesos culturales se consumen y se crean.

Las subjetividades individuales están fuertemente vinculadas al consumo cultural. Las redes sociales se establecen como espacios esenciales para la expresión y la congregación de diversas comunidades interpretativas, Estas comunidades, en relación con las industrias del entretenimiento, se configuran como *Fandoms*: grupos de seguidores que comparten intereses, discursos y estéticas, entre otros aspectos.

Dicha configuración, en relación con el trabajo de campo, se decidió vincularlo directamente con las comunidades interpretativas, puesto que por la cercanía que las y los estudiantes tuvieron con el término *Fandom* facilitaría la comprensión de la estructura de las sesiones, de allí, aunque pareciese que se dejó un poco de lado en la experiencia estuvo implícito todo el tiempo.

La construcción de la subjetividad es un proceso personal que interactúa con los círculos sociales, como la familia, la escuela y los amigos. Estos círculos son determinantes en la consolidación de ideas, ya que brindan la oportunidad de cuestionar nuevos paradigmas.

Es importante notar que, durante el proceso de autorreconocimiento como parte de diferentes comunidades, se hace evidente que las influyentes industrias del entretenimiento no operan de manera aislada. En la actualidad, se ven obligadas a reconocer a sus consumidores como agentes activos con capacidad de elección. Esto cuestiona la tradicional jerarquía cultural que menospreciaba la relevancia de estos consumidores, ya que sus experiencias son mucho más complejas de lo que se consideraba en el pasado.

Por tanto, es esencial la creación de un modelo de industria consciente de su poder para influir en la cultura y la representación. La influencia de estas industrias en las percepciones ideológicas, corporales y afectivas, entre otras, afecta la comodidad de las personas con sus propias identidades y las de los demás.

Todo lo anterior, trabajado desde un ámbito escolar permitió a las y los estudiantes un reconocimiento de sus formas de consumo cultural y apreciación del mismo pues identificaron que son individuos de valor entre las industrias y en el internet. Debido a ello, tienen la responsabilidad de actuar con criticidad pues gracias al anonimato y la banalización de los que

sucede dentro de estos espacios virtuales pueden pasar por alto actitudes poco empáticas con las otras subjetividades con las que conviven.

Es así que, puntualmente la experiencia de trabajo de campo en la institución se propuso llevar al escenario educativo las potencialidades pedagógicas que tiene la construcción subjetiva de los individuos, siendo conscientes de su consumo cultural y las relaciones sociales de los que están permeados como sujeto *fan*.

Durante este periodo, se tuvo la oportunidad de identificar las nociones que algunos maestros tienen sobre el consumo cultural de sus estudiantes y su relevancia en la vida de sus educandos, para así, más adelante, contrastar dicha información con las perspectivas que las y los estudiantes tienen al momento de interactuar con las nuevas formas de consumo desde los dispositivos electrónicos y los usos que ellos como jóvenes le dan a los mismos. Pues, en un inicio fue notorio como algunos profesores banalizaron actitudes comunes en los jóvenes alrededor de su consumo cultura, sin embargo, las y los estudiantes demostraron el profundo impacto que la industria cultural tiene en la construcción subjetiva de todos los individuos, no solo de los jóvenes.

De igual manera, por medio de metodologías centradas en las experiencias de vida, se abordaron temáticas como las "funas" y la oportunidad de expresar la afectividad que es posible desarrollar al momento de ser consumidores activos de las industrias del entretenimiento, a la par que se abordó el cómo estos afectos cumplen un papel fundamental en el autorreconocimiento en relación a identificarse como sujetos de nociones complejas. Para finalmente, condensar las discusiones en un producto visual que ayudara a incentivar la creatividad en la transmisión y creación de conocimiento

Como resultado, se evidenció progresivamente a través de los ejercicios llevados al aula la notoria presencia que tienen los productos culturales en las cotidianidades de los jóvenes y cómo muchas veces este consumo es un reflejo recíproco de sus vivencias, pues desde sus singularidades interactúan en los diferentes escenarios de familia, escuela, amigos, etc.

Concluyendo de manera integral pues hubo un intercambio de saberes significativo tanto por parte de las y los estudiantes como también en la experiencia docente debido que la única forma de tener un acercamiento real al ambiente escolar es involucrarse en los retos y facilidades que dicho escenario permite siendo el tiempo el mayor determinante para la materialización de las planeaciones propuestas. Además, que, gracias a la naturaleza de la investigación, las dinámicas que se vivieron dentro del aula marcaron en dicho momento una diferencia en la monotonía de la escuela al poder conectar y conocer más sobre los gustos y particularidades de las personas con las que conviven casi a diario.

Debido a como está instituida la escuela, es posible que se den por sentadas las individualidades tanto de las y los estudiantes como de los docentes relegando a un segundo plano sus intereses creando un ambiente desmotivador alejado a sus cotidianidades, no obstante, como lo reflejó la experiencia en el colegio Tibabuyes Universal, al apropiarse de sus procesos subjetivos se apoderan de su desarrollo educativo.

Bibliografía

- Adsuara, C. (6 de Mayo de 2023). Twitch. tv y el contenido generado por usuarios. Estudio de los casos de éxito de streamers españoles. Castellón de la Plana, España: Universitat Jaume I.
- Albarello, F., & Mihal, I. (2018). Del canon al fandom escolar:. *Comunicacion y sociedad*, 25.
- Alcaldía de Bogotá. (2017). *Encuesta Multiproposito de Bogotá*. Bogotá.
- Alessandri, N. (19 de Diciembre de 2014). Братва (Bratva). *Bratva*.
- Andina. (26 de Noviembre de 2020). *Andina Agencia Peruana de Noticias*. Obtenido de <https://andina.pe/agencia/noticia-como-influye-contexto-politico-y-social-el-comportamiento-del-consumidor-822759.aspx>
- Asamblea Nacional Constituyente. (1991). *Constitucion politica de Colombia 1991*. Bogotá: Gaceta Constitucional.
- AVIFES. (2019). *Ocio y salud mental*. pais vasco: Deusto.
- Bimber, B. (2014). Digital media in the Obama campaigns of 2008 and 2012: adaptation to the personalized political communication environment. *Journal of Information Technology & Politics*, 130-150.
- Boyd, D., & Ellison, N. (2007). social network sites: definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*. *Journal of computer-mediated Communication*, 210-230.

Cabanes, A. (31 de Agosto de 2022). *SeamPedia*. Obtenido de <https://seampedia.com/decisiones-con-criterio/#:~:text=El%20criterio%2C%20no%20s%20l%20o%20se,y%20de%20su%20resultado%20final.>

Cabrera, K., & Jimenez, C. (2021). La cultura de la cancelación en redes sociales: Un reproche peligroso e injusto a la luz de los principios del derecho penal. *Revista chilena de derecho y tecnología*, 277-300.

Calvi, J. (2008). *¿Reproducción de la cultura o cultura de la reproducción?: análisis económico, político y social de la distribución y el consumo de productos audiovisuales en Internet.*

VISÕES DISCIPLINARES.

Campo, S., & Oriola, S. (2019). Música, identidad de género y adolescencia: Orientaciones didácticas para trabajar la coeducación. *Revista De Estudios En Música, Cognición Y Cultura*, 27-56.

Catillero, O. (4 de Enero de 2018). *Psicología y Mente*. Obtenido de <https://psicologiaymente.com/psicologia/afecto>

Clements, R., & Musker, J. (Dirección). (2009). *The Princess and the Frog* [Película].

Correa, A. (5 de Marzo de 2020). *Vogue Spain*. Obtenido de <https://www.vogue.es/living/articulos/separar-obra-de-artista>

Covaleda, D. (5 de Mayo de 2023). Condiciones que permiten la conectividad en la institución. (B. Gambasica, Entrevistador)

Docter, P., & Del Carmen, R. (Dirección). (2015). *Inside Out* [Película].

Estupiñán, R. (2018). Narrativas y comunidades interpretativas transnacionales: perspectivas en interacción. *Mexican Transnational Cinema and Literature*, 5.

Gahona, Y. (2003). Si no hay justicia... hay funa. *Revista Virtual*, 1-6.

Gambasica, B. (19 de Mayo de 2023). Cartografía uso del celular de jóvenes y adultos. Bogotá, Colombia.

Gambasica, B. (28 de Julio de 2023). Exponiendo un producto cultural. Bogotá, Colombia.

Gambasica, B. (28 de 07 de 2023). Fanart y representación . Bogotá, Colombia.

Gambasica, B. (21 de Julio de 2023). Funas y cancelaciones en internet. Bogotá, Colombia.

Gambasica, B. (25 de Agosto de 2023). Producción de conocimiento. Bogotá, Colombia.

Garcia, E. (8 de Febrero de 2017). *Xataka Móvil*. Obtenido de

<https://www.xatakamovil.com/aplicaciones/candy-crush-para-ellas-clash-of-clans-para-ellos-estas-son-las-preferencias-por-genero#:~:text=De%20este%20modo%20tenemos%20que,opta%20por%20Clash%20of%20Clans.>

Gerwing, G. (Dirección). (2023). *Barbie* [Película].

Giraldo, C. (2015). La escritura en el aula como instrumento de aprendizaje. *Ánfora*, 39-58.

Gonzales, N. (30 de Julio de 2022). *LR*. Obtenido de La Republica:

<https://www.larepublica.co/economia/hogares-colombianos-con-acceso-a-internet-ya-van-en-60-segun-encuesta-del-dane-3413775>

- Gonzales, Y. (5 de Mayo de 2023). Escuela productora y reproductora de cultura. (B. Gambasica, Entrevistador)
- González de Requena, J. A. (2009). *Comunidades interpretativas, perspectiva de la hermenéutica literaria de Stanley Fish*. Osorno: Alpha.
- González, N., Ramírez, A., & Gómez, I. (2019). Alfabetización mediática en escenarios familiares. Diagnóstico, necesidades y propuesta formativa. *Education in the Knowledge Society*, 1-11.
- Guevara, S. G. (2010). *Interculturalidad y política educativa en Colombia*. Bogotá: Revista Internacional Magisterio.
- Guzman, F. (9 de Diciembre de 2021). *Gaceta UNAM*. Obtenido de <https://www.gaceta.unam.mx/como-funcionan-los-algoritmos-de-distribucion-de-contenido-en-las-redes-sociales/>
- Herencia, C. (2020). La propagación digital del coronavirus: Midiendo el engagement del entretenimiento en la red social emergente TikTok. *Revista española de comunicación en salud*, 171-185.
- Igarza, R. (2010). Nuevas formas de consumo cultural: por qué las redes sociales están ganando la batalla de las audiencias. *Comunicação Mídia e Consumo*, 59-90.
- Jusino, Á. (2003). Teoría y pedagogía del pensamiento crítico. *Perspectivas Psicológicas*, 35-42.
- Kovaluk, M., & Menti, A. (2021). Unidades lingüísticas empleadas por los fans del anime y del manga en la. *Revista digital de lexicología, lexicografía y terminología*, 16.

- Méndez, D. (2015). Gabriel García Márquez en las páginas de El Tiempo y Lecturas Dominicales: configuración de las comunidades interpretativas y de la institucionalización literaria. *Estudios de Literatura Colombiana*, 137-154.
- Miranda, F. (2021). Consideraciones sobre la amistad en la constitución. *En XIII Congreso Internacional de Investigación y Práctica Profesional en Psicología*, 542-545.
- Montauban, J. (2019). De los zombis a los walkers. El despertar de la economía fandom. *Anthropologica*, 35-56.
- Moreno, C. (5 de Mayo de 2023). Escuela productora y reproductora de cultura. (B. Gambasica, Entrevistador)
- Moreno, J. (2019). *Un nuevo Contrato social y ambiental para la Suba del Siglo XXI*. Bogotá: Alcaldía de Bogotá.
- Navarrete, D., Castel, S., Romanos, B., & Barranco, I. (2018). Psicología y Salud, Vol. 27, Núm. 2: 255-267, julio-diciembre de 2017. Influencia negativa de las redes sociales en la salud de adolescentes y adultos jóvenes: una revisión bibliográfica. *Psicología y Salud vol 27*, 255-267.
- Orihuela, J. (2008). Internet: la hora de las redes sociales. *Nueva revista de política, cultura y arte*, 119.
- Osorio, M., & Córdoba, E. (2015). Deslizamientos entre la transgresión y la historia en Cien años de soledad. *Universidad de Antioquia, Colombia*, 16.
- Parra, S. (4 de Abril de 2014). *Xatakaciencia*. Obtenido de <https://www.xatakaciencia.com/psicologia/por-que-candy-crush-es-tan->

Sanabria, A., & Silva, M. (28 de Julio de 2023). Morat. Bogota, Colombia.

Secretaria de cultura, recreación y deporte. (18 de Diciembre de 2022). *Cultura Recreacion y Deporte*. Obtenido de <https://www.culturarecreacionydeporte.gov.co/es/eventos/ix-festival-gala-hip-hop-suba-y-usaquen>

Sotelo, G. (Enero de 2016). Transmedia, la magia de la industria: el fenómeno de Harry Potter y su constitución. Lima, Peru: Pontificia universidad católica del Perú.

Tiktok. (16 de Junio de 2021). *NewsRoom*. Obtenido de <https://newsroom.tiktok.com/es-es/estudio-revela-como-tiktok-cambiando-industria-musica-marcas-artistas-publico-companias>

Tomlinson, L. (2022). Faith in the Future. One Night Only in New York. new york, Estados Unidos.

Tomlinson, L. (2022). OnAmp. Estados Unidos.

Torrecillas, T. (2013). Los padres, ante el consumo televisivo de los hijos: Estilos de mediación. *Revista Latina de Comunicación Social*, 27-54.

Varela, M. (1999). De las culturas populares a las comunidades interpretativas. *Diálogos de la comunicación* , 8.

Vargas, C. (7 de Septiembre de 2021). *Bogotá*. Obtenido de <https://bogota.gov.co/mi-ciudad/educacion/educacion-bogota-entrega-102-mil-de-tablets-estudiantes-vulnerables>

Walteros, O. (5 de Mayo de 2023). Escuela productora y reproductora de cultura. (B. Gambasica, Entrevistador)

Wong, K. (23 de Mayo de 2017). *The New York Times*. Obtenido de

<https://www.nytimes.com/es/2017/05/23/espanol/por-que-es-tan-dificil-admitir-nuestros-errores.html>

Woodside, J. (2008). La historicidad del paisaje sonoro y la música popular. *Revista*

Transcultural de Música, 12.

ANEXOS

Anexo A Estructura entrevistas

Particularidades de las y los estudiantes

Para el diseño y desarrollo de la actual propuesta didáctica se busca identificar particularidades de la institución y de los individuos que participaran durante las diferentes sesiones, para ello se establecen unos diálogos iniciales en un formato de entrevista semiestructurada con diferentes propósitos cada una dirigidos a distintas personas que hacen parte de la comunidad educativa, siendo estos:

Entrevista #1

Tema: Condiciones que permiten la conectividad en la institución

Propósito: Conocer las condiciones materiales del colegio acerca de los dispositivos y tiempos en que las y los estudiantes tienen permitido acceder a internet. También, establecer comunicación para poder utilizar dichos dispositivos durante algunas sesiones.

Orientada a: Docente de Tecnología

1. ¿En qué espacios las y los estudiantes pueden acceder a los dispositivos de internet del colegio y bajo qué condiciones?
2. ¿Cuáles son las páginas restringidas en los computadores del colegio y porque se decide prohibirlas?
3. ¿Desde qué grado las y los estudiantes pueden utilizar la sala de informática?

Entrevista #2

Tema: Escuela productora y reproductora de cultura

Propósito: Conocer las metodologías e intereses del colegio de reconocer y usar al favor de la educación de las y los estudiantes los espacios culturales de los que están permeados.

Orientada a: Docentes

1. ¿Cómo cree usted que es la relación de las y los estudiantes con la tecnología? ¿En qué sitios web cree que pasan más tiempo las y los estudiantes y con qué objetivo?
2. ¿Cómo considera usted que esta la situación de las y los estudiantes en relación con los contenidos culturales que consumen en televisión y en internet?
3. ¿Cuál cree que es el contenido audiovisual más popular entre las y los estudiantes y cuáles son las consecuencias de este sobre ellos?
4. ¿El consumo de alguna producción audiovisual popular por parte de las y los estudiantes ha significado un problema en la convivencia en la institución? Por ejemplo: Cuando se estrena alguna serie o novela de contenido violento ¿las y los estudiantes replican lo que allí ven?
5. ¿Considera que las prácticas culturales de las y los estudiantes se incorporan a las clases?
6. ¿Cree que los saberes culturales de las y los estudiantes les facilita la manera en que ellos entienden el contenido de las clases?
7. ¿Piensa que es posible usar el contenido cultural que usted como docente consume para la planeación de sus clases?

Anexo B Guía uso generacional del celular

ÁREA Ciencias Sociales	DOCENTE	JORNADA Mañana	SEDE C	GRADO Undécimo
OBJETIVO GUÍA: Caracterizar la relación que tienen las y los estudiantes alrededor del uso de las redes sociales, asimismo, identificar los imaginarios que tienen los jóvenes sobre las interacciones que un adulto puede llegar a tener en las redes sociales.				
APELLIDOS Y NOMBRE DEL ESTUDIANTE	- - - -		FECHA DE APLICACIÓN	

Actividad

1. En grupos se les asignara dos plantillas a las y los estudiantes, una corresponde al celular de un *joven* y otra al celular de un *adulto*. Asimismo, deberán dibujar el logo, señalar tiempo de uso y contenido frecuente que se podría encontrar en las aplicaciones que desde sus imaginarios creen que estarían presentes en cada celular, para así después asignarles una calificación a cada app del 1- 5 que corresponde a:

- 1 -La borraría de mi celular
- 2 -Creo que puede tener potencial
- 3 -La utilizo cuando es necesario
- 4 -La utilizo casi todos los días
- 5 -Es esencial en mi celular.

2. Después de realizar la primera parte de la actividad se busca problematizar la premisa *“Los jóvenes solo pierden el tiempo en redes sociales, convirtiéndolos cada vez más en inútiles dependientes a los celulares, a comparación de los adultos, pues ellos no utilizan el teléfono como lo hacen los jóvenes, es así que un mundo sin celulares permitiría una sociedad mejor”*. Para ello las y los estudiantes deberán discutir en grupo la veracidad de la misma utilizando las siguientes preguntas orientadoras para después abrir el dialogo con todo el curso utilizando las reflexiones a las que por grupos llegaron.

- ¿Bajo qué estigmas los adultos podrían creer que los jóvenes pierden el tiempo en sus celulares?

- ¿Los adultos utilizan el celular exclusivamente para cosas “necesarias”?

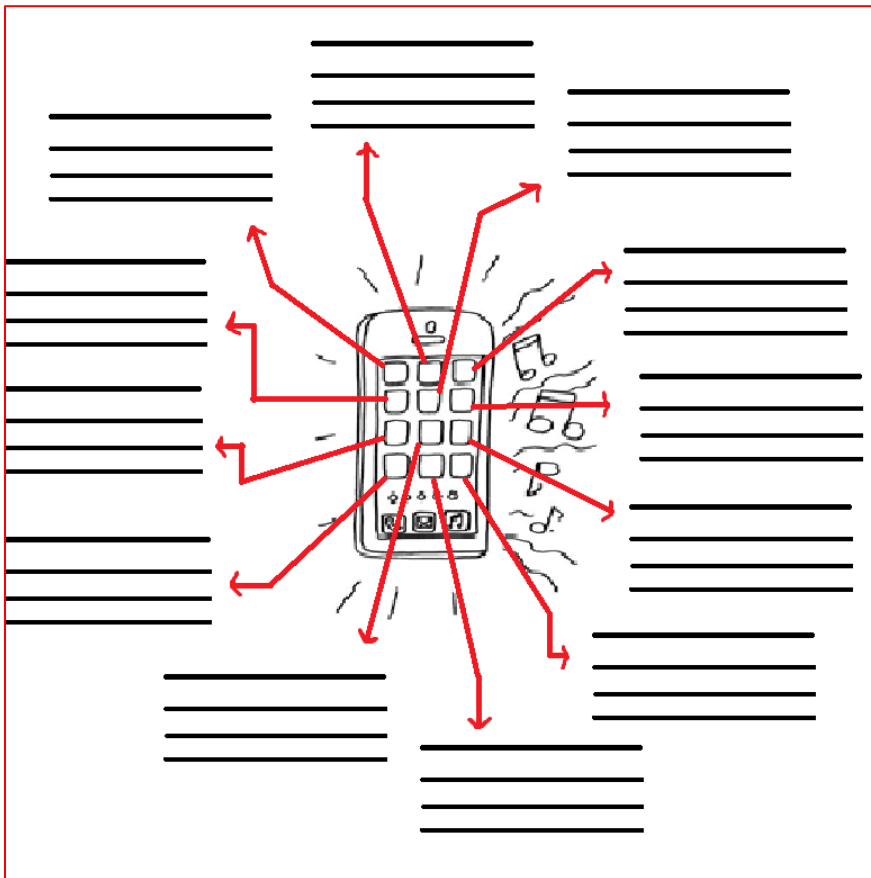
- ¿Es diferente la manera en que los adultos interactúan con las Apps en comparación con los jóvenes?

- ¿Cuáles son los posibles intereses de algunos adultos en invalidar la interacción que tienen los jóvenes con sus celulares?

Celular de Adulto () Joven ()

¿Qué artistas musicales escucharía la o el dueño de este celular? _____

Ilustración 2 Plantilla cartografía+



Anexo C Guía Activismo social en redes sociales caso 1

ÁREA Ciencias Sociales	DOCENTE	JORNADA Mañana	SEDE C	GRADO Undécimo
OBJETIVO GUÍA: Identificar rasgos del activismo social en redes sociales, su viabilidad en el escenario político e impacto fuera de ellas.				
APELLIDOS Y NOMBRE DEL ESTUDIANTE	- - - - - - -	FECHA DE APLICACIÓN		

Actividad

1. Se dividirá a las y los estudiantes en tres grupos asignándoles un caso a tratar a cada uno. Después, se repartirán quienes asumirán los roles de jurados de ambas posturas (defensores y acusadores), el o la juez y si así lo quieren alguien puede interpretar al acusado. Desde allí, deberán leer el caso asignado y observar cada prueba que se les entregue para así poder formular los argumentos que cada grupo de jurados utilizará para abordar las peticiones establecidas. Por último, tendrán que realizar un juicio ante los otros grupos exponiendo el veredicto final al que llegaron.
2. Antes de realizar el juicio ante el resto del curso, cada grupo deberá responder a las preguntas que se encuentran al final de la carpeta con el fin de identificar la postura personal que predomina entre las y los estudiantes para entregarlas a la docente al finalizar la actividad.

Biyin y los tweets del 2013

Antecedentes

Durante el año 2013 una de las streamers más influyentes del habla hispana hizo una serie de tweets que promovían un discurso de odio a diversidades corporales y neurológicas, incitando a la xenofobia y al racismo haciendo apología al nazismo, Después de casi 10 años vuelven a salir a la luz dichos tweets, pero ella alega que ahora es una mejor persona y que están descontextualizados y se deben a la moda del momento. Teniendo como consecuencia que diferentes canales de YouTube hablan del tema fomentando que las personas dejen de consumir su contenido pues no era un buen ejemplo a seguir.

Peticiones a discutir

Peticiones de abogados defensores de Biyin

- La acusada Biyin deberá ser indemnizada económicamente por parte de los Youtubers que hablaron sobre el tema.
- La plataforma de streaming Twitch deberá promocionar con más frecuencia el canal de la acusada Biyin para compensar la pérdida de vistas debidas a su "funa".

Peticiones de abogados acusadores

- La acusada Biyin deberá publicar unas disculpas públicas en todas sus redes sociales.
- La acusada Biyin deberá cerrar su cuenta de Twitter.
- La acusada Biyin deberá tomar terapia psicológica para tratar el impacto de los discursos de odio sobre las personas

Preguntas hacia la opinión personal

Las siguientes preguntas tienen como objetivo conocer la opinión personal de las y los estudiantes sobre el caso asignado fuera del rol, para ello discutirán cada pregunta, creando así una sola respuesta que represente a todo el grupo.

- ¿Conocía el caso antes de la actividad? Y si es así ¿Dónde escucho de él por primera vez?

- ¿Qué estrategias decidió tomar los abogados defensores para convencer que los jurados voten a su favor? Por ejemplo: Al sentimentalismo, a la amenaza, autocrítica, elocuencia, etc.

- ¿Qué estrategias decidió tomar los abogados acusadores para convencer que los jurados voten a su favor? Por ejemplo: Al sentimentalismo, a la amenaza, autocrítica, elocuencia, etc.

- Alejado del rol, dé una opinión personal sobre el caso asignado

- ¿Está conforme con el rol asignado? Y si no ¿Qué rol le gustaría haber desempeñado y por qué?

Pruebas

Ilustración 3 tweet Biyin #1



Ilustración 4 tweet Biyin #2

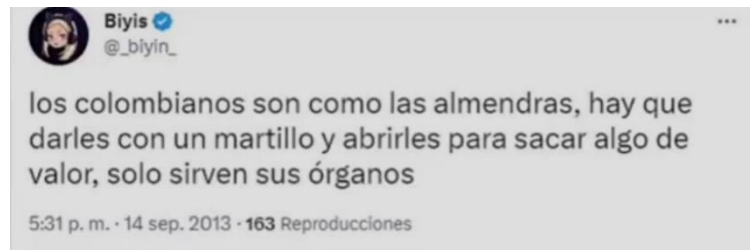
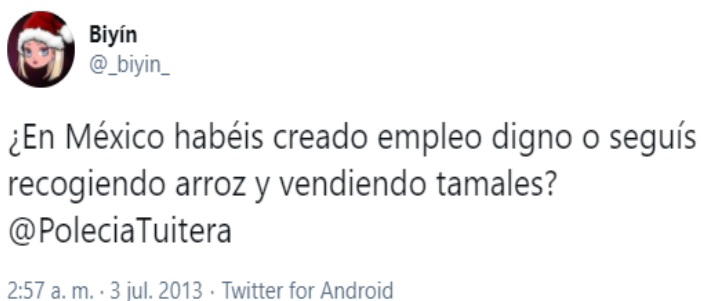


Ilustración 5 Tweet Biyin #3



1 Retweet 2 Me gusta

Ilustración 6 Tweet Biyin #4



6 Retweets 1 Tweet citado 5 Me gusta

Ilustración 7 Tweet Biyin #5



Biyis ✓
@_biyin_

Lo de su hijo muerto y penetrado me la refanfinfla, peores cosas le hacían a los judíos, y no es que no lo mereciesen ambos

6:31 p. m. · 30 jul. 2013 · 73 Reproducciones

Ilustración 8 Tweet Biyin #6



Biyín
@_biyin_

¿Cuándo adoptas a un niño africano te viene con moscas o se le van cayendo a medida que se va acercando a un país desarrollado?

11:19 p. m. · 26 sept. 2013 · Twitter Web Client

Ilustración 9 Tweet Biyin #7




Biyín
@_BJean_

EY @SirAuronPlay .




7:22 PM · Jun 15, 2013

Ilustración 10 Tweet Biyin #8



Auron ✓
@auronplay

Los nazis de Twitter han vuelto.



9:20 p. m. · 10 nov. 15

Anexo D Guía Activismo social en redes sociales caso 2

ÁREA Ciencias Sociales	DOCENTE	JORNADA Mañana	SEDE C	GRADO Undécimo
OBJETIVO GUÍA: Identificar rasgos del activismo social en redes sociales, su viabilidad en el escenario político e impacto fuera de ellas.				
APELLIDOS Y NOMBRE DEL ESTUDIANTE	- . - - - - -	FECHA DE APLICACIÓN		

Actividad

1. Se dividirá a las y los estudiantes en tres grupos asignándoles un caso a tratar a cada uno. Después, se repartirán quienes asumirán los roles de jurados de ambas posturas (defensores y acusadores), el o la juez y si así lo quieren alguien puede interpretar al acusado. Desde allí, deberán leer el caso asignado y observar cada prueba que se les entregue para así poder formular los argumentos que cada grupo de jurados utilizará para abordar las peticiones establecidas. Por último, tendrán que realizar un juicio ante los otros grupos exponiendo el veredicto final al que llegaron.
2. Antes de realizar el juicio ante el resto del curso, cada grupo deberá responder a las preguntas que se encuentran al final de la carpeta con el fin de identificar la postura personal que predomina entre las y los estudiantes para entregarlas a la docente al finalizar la actividad.

El Xokas y la cultura de la violación en sus transmisiones en twitch

Antecedentes

En uno de sus *streams* habituales donde tiene una media de 17.700 personas, el Xokas recibe una donación de uno de sus suscriptores donde cuenta que le gustaba ir a discotecas sin beber nada para hacerse “amigo de las camareras”, así el Xokas en vez de reprochar tal comentario dijo “Tengo colegas que no beben y eran muy así, de ir a ligar con las pibas y que, además, se divertían mucho llevándose a pibas que estaban colocadas... Salía con nosotros y se iba con una piba siempre. Un crack, un fuera de serie, la verdad. A río revuelto, ganancia de pescadores. Cada uno que utilice la técnica que le salga de los cojones, me parece de puta madre” Después de que las personas empezaron a “funarlo” por sus palabras, volvió a salir en un *stream* y dijo “ **se han**

malinterpretado porque hay personas que quieren tergiversar cualquier cosa que diga...

Entiendo que soy el objetivo del mundo, pero ¿de verdad vais a criticar esto? ¿Que un amigo salga sin beber y yo intentando alentar ese comportamiento sano? "

Debido a lo viral de estos comentarios, el ministerio de igualdad del gobierno español aprovecha para recrear el caso del streamer para protagonizar el inicio de un video en contra de la violencia machista.

Peticiones a discutir

Peticiones de abogados defensores de Xokas

- El ministerio de igualdad de España deberá borrar el video de su campaña contra la violencia machista pues alega que este difama su persona.
- El ministerio de igualdad de España deberá publicar una disculpa expresa por usar su imagen sin el consentimiento del acusado Xokas.

Peticiones de abogados acusadores

El acusado Xokas deberá donar una suma significativa de dinero a una organización benéfica que acobije a víctimas de violencia de género para compensar el impacto que tuvieron sus palabras.

- El acusado Xokas deberá cerrar su cuenta principal de Twitch para evitar que continúe arrematando contra el bienestar de las mujeres y las decisiones que toma el gobierno español.

Preguntas hacia la opinión personal

Las siguientes preguntas tienen como objetivo conocer la opinión personal de las y los estudiantes sobre el caso asignado fuera del rol, para ello discutirán cada pregunta, creando así una sola respuesta que represente a todo el grupo.

- ¿Conocía el caso antes de la actividad? Y si es así ¿Dónde escucho de él por primera vez?

- ¿Qué estrategias decidieron tomar los abogados defensores para convencer que los

jurados voten a su favor? Por ejemplo: Al sentimentalismo, a la amenaza, autocrítica, elocuencia, etc.

- ¿Qué estrategias decidió tomar los abogados acusadores para convencer que los jurados voten a su favor? Por ejemplo: Al sentimentalismo, a la amenaza, autocrítica, elocuencia, etc.

- Alejado del rol, dé una opinión personal sobre el caso asignado

- ¿Está conforme con el rol asignado? Y si no ¿Qué rol le gustaría haber desempeñado y por qué?

—
Pruebas

Ilustración 11tweet Xokas #1



- Pedir las pruebas que están en formato de video

Link: https://twitter.com/_Alegre_Roedor/status/1513861353500561416

Anexo E Guía Activismo social en redes sociales caso 3

ÁREA Ciencias Sociales	DOCENTE	JORNADA Mañana	SEDE C	GRADO Undécimo
OBJETIVO GUÍA: Identificar rasgos del activismo social en redes sociales, su viabilidad en el escenario político e impacto fuera de ellas.				
APELLIDOS Y NOMBRE DEL ESTUDIANTE	- . - - - - -		FECHA DE APLICACIÓN	

Actividad

1. Se dividirá a las y los estudiantes en tres grupos asignándoles un caso a tratar a cada uno. Después, se repartirán quienes asumirán los roles de jurados de ambas posturas (defensores y acusadores), el o la juez y si así lo quieren alguien puede interpretar al acusado. Desde allí, deberán leer el caso asignado y observar cada prueba que se les entregue para así poder formular los argumentos que cada grupo de jurados utilizará para abordar las peticiones establecidas. Por último, tendrán que realizar un juicio ante los otros grupos exponiendo el veredicto final al que llegaron.

2. Antes de realizar el juicio ante el resto del curso, cada grupo deberá responder a las preguntas que se encuentran al final de la carpeta con el fin de identificar la postura personal que predomina entre las y los estudiantes para entregarlas a la docente al finalizar la actividad.

Catar 2022

Antecedentes

La FIFA elige como sede del Mundial de fútbol 2022 a Catar a pesar de su historial de vulneración de los derechos humanos. Sin importar, las múltiples muertes de trabajadores durante la construcción del torneo, las discriminaciones hacia las mujeres, la población LGBTIQ+ y las cuestionables condiciones de vida a las que se someten parte de la población originaria del país. La FIFA afirmó que se tomaron medidas de protección de los derechos humanos con las autoridades pertinentes, aun así, se vivieron situaciones que contradecían dichas intenciones como el comentario de Nasser Al Khater, jefe de la organización del Mundial de Catar "Estamos en plena Copa del Mundo, hemos organizado con éxito un mundial ¿Y ahora quieren hablar de

esto? “La muerte es una consecuencia natural de la vida”

Peticiones a discutir

Peticiones de abogados defensores de la FIFA

- Los medios de comunicación virtual no podrán publicar emisiones que relacionen negativamente las condiciones sociales de Catar con el mundial de futbol.
- La FIFA deberá ser librada de toda responsabilidad alrededor de las consecuencias sociales que tuvo la realización del mundial como por ejemplo en los casos donde hubo persecución a periodistas, líderes sociales, etc. Pues ellos solo son responsables de la logística y comportamiento de los participantes durante los partidos.

Peticiones de abogados acusadores

- En futuras versiones del mundial de futbol, la FIFA tendrá que utilizar los escenarios deportivos que ya estén previamente contruidos para evitar la muerte de trabajadores.
- La FIFA deberá pagar una multa ante el gobierno de Catar por exponer a más desigualdades sociales a los ciudadanos del país.

Preguntas hacia la opinión personal

Las siguientes preguntas tienen como objetivo conocer la opinión personal de las y los estudiantes sobre el caso asignado fuera del rol, para ello discutirán cada pregunta, creando así una sola respuesta que represente a todo el grupo.

- ¿Conocía el caso antes de la actividad? Y si es así ¿Dónde escucho de él por primera vez?

- ¿Qué estrategias decidió tomar los abogados defensores para convencer que los jurados voten a su favor? Por ejemplo: Al sentimentalismo, a la amenaza, autocritica, elocuencia, etc.

- ¿Qué estrategias decidió tomar los abogados acusadores para convencer que los jurados voten a su favor? Por ejemplo: Al sentimentalismo, a la amenaza, autocrítica, elocuencia, etc.

- Alejado del rol, dé una opinión personal sobre el caso asignado

- ¿Está conforme con el rol asignado? Y si no ¿Qué rol le gustaría haber desempeñado y por qué?

Pruebas

Ilustración 12 Captura CNN





Ilustración 13 Captura Infobae



Ilustración 14 Captura CNN



Anexo F Guía creación Fan Art

ÁREA Ciencias Sociales	DOCENTE	JORNADA Mañana	SEDE C	GRADO Undécimo
OBJETIVO GUÍA: Reconocer a los consumidores como individuos activos en la industria del entretenimiento a la par de crear subjetividad a través de la representación y los afectos.				
APELLIDOS Y NOMBRE DEL ESTUDIANTE		FECHA DE APLICACIÓN		
<p>FAN ART</p> <p>1. Las y los estudiantes deberán crear de manera individual un <i>fan art</i> (un dibujo a partir de un personaje) inspirados en una serie, película o incluso el producto que expusieron durante el inicio de sesión. Después, tendrán que adaptar el personaje a su subjetividad estética con la intención de que represente sus particularidades físicas y objetos que refleje su subjetividad.</p> <p>EJEMPLO</p> <p>-Personaje original</p>  <p><i>Ilustración 15 Ejemplo fan art</i></p> <p>-Fan art</p>  <p><i>Ilustración 16 Ejemplo fan art</i></p>				

ESCALA LIKERT

2. Utilizando el Fan art realizado en el primer punto, las y los estudiantes reconocerán la conexión afectiva que pueden tener con el personaje. Para ello, se la docente les hará 7 preguntas las cuales ellos deberán responder coloreando la escala de Likert dependiendo de la emoción que les represente.

Ilustración 17 Escala Likert

**Anexo G Guía Insumos visuales**

ÁREA Ciencias Sociales	DOCENTE	JORNADA Mañana	SEDE C	GRADO Undécimo
OBJETIVO GUÍA: Ofrecer insumos visuales a las y los estudiantes para la realización del Fanzine				
APELLIDOS Y NOMBRE DEL ESTUDIANTE		FECHA DE APLICACIÓN		

Actividad

1. Las y los estudiantes deberán dividirse en grupos de aproximadamente 3 personas para el diseño y realización de un producto visual el cual tiene como objetivo reflejar lo aprendido durante una de las sesiones anteriores. Para ello tendrán un insumo visual que podrán utilizar para la creación del mismo y cumplir con los siguientes requisitos que el producto visual deberá tener:

- Portada y contraportada
- Ilustraciones
- Artículo sobre una de las temáticas abordadas en las anteriores sesiones
- Opiniones personales sobre las categorías (Fandom, comunidad interpretativa, consumo cultural)

Después de haber terminado el ejercicio, se abrirá el espacio para que algunos estudiantes expongan sobre el proceso de planeación y creación del producto visual, permitiéndose leer algunos fragmentos, a la vez que comparten con sus compañeros el resultado.

Ilustración 18 Insumo #1



Ilustración 19 Insumo #2



Ilustración 20 Insumo #3



Ilustración 21 Insumo #4

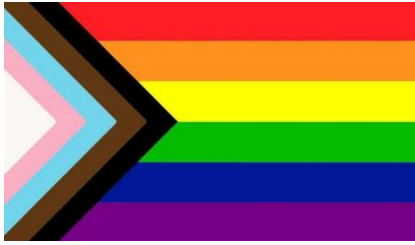


Ilustración 24 Insumo #7

Ilustración 22 Insumo #5



Ilustración 25 Insumo #8

Ilustración 23 Insumo #6



Ilustración 26 Insumo #9



Ilustración 27 Insumo #10



Ilustración 28 Insumo #11



Ilustración 29 Insumo #12

Ilustración 30 Insumo #13



Ilustración 31 Insumo #14



Ilustración 32 Insumo #15



Ilustración 33 Insumo #16

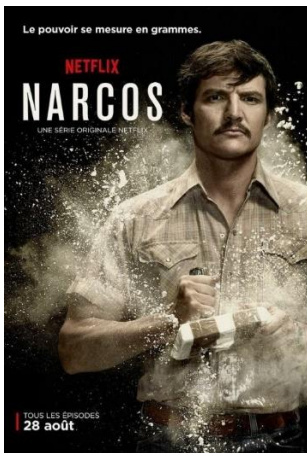


Ilustración 34 Insumo #17

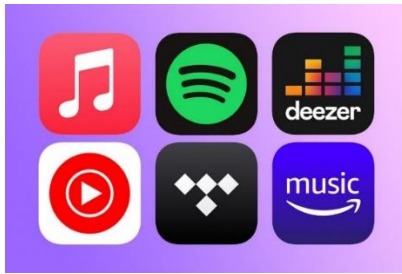


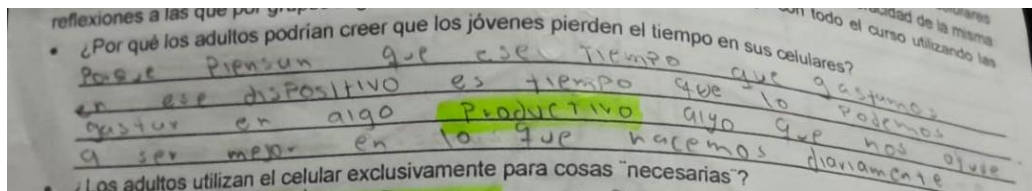
Ilustración 35 Insumo #18



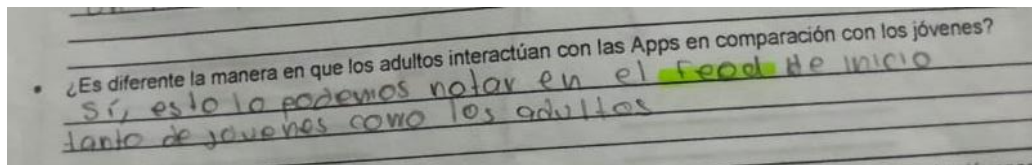
Ilustración 36 Insumo #19



Anexo H Respuesta de estudiante



Anexo I Respuesta de estudiante




Anexo J Apoyo visual de exposición




Anexo K Fan Art de estudiante

Nombre: Jesús Nava 1102

1. Dibujo



2. barra emocional



3. Te identificas con el personaje

R: Si me parece mucho a mi personaje por que es como yo. Su sueño es ser el mejor jugador lo que más le gusta que es el Fútbol y fisicamente si me parece por que el personaje soy yo

Anexo L Fan Art de estudiante


<small>INSTITUCIÓN EDUCATIVA "EL SOL" DE SAN VICENTE DE CAQUEZAPÁN, CALDAS, COLOMBIA Y REGIÓN METROPOLITANA DE QUILDIABO, CALDAS, COLOMBIA</small> <small>INSTITUCIÓN EDUCATIVA "EL SOL" DE SAN VICENTE DE CAQUEZAPÁN, CALDAS, COLOMBIA Y REGIÓN METROPOLITANA DE QUILDIABO, CALDAS, COLOMBIA</small>				
ÁREA Ciencias Sociales	DOCENTE	JORNADA Mañana	SEDE C	GRADO Undécimo
OBJETIVO GUÍA: Reconocer a los consumidores como individuos activos en la industria del entretenimiento a la par de crear subjetividad a través de la representación y los afectos.				
APELLIDOS Y NOMBRE DEL ESTUDIANTE		Eliana Valentina		FECHA DE APLICACIÓN

FAN ART


1. Las y los estudiantes deberán crear de manera individual un fan art (un dibujo a partir de un personaje) inspirados en una serie, película o incluso el producto que exhibieron durante el inicio de sesión. Después, tendrán que adaptar el personaje a su subjetividad estética con la intención de que represente sus particularidades físicas y objetos que refleje su subjetividad.


EJEMPLO

-Personaje original




-Fan art





ESCALA LIKERT

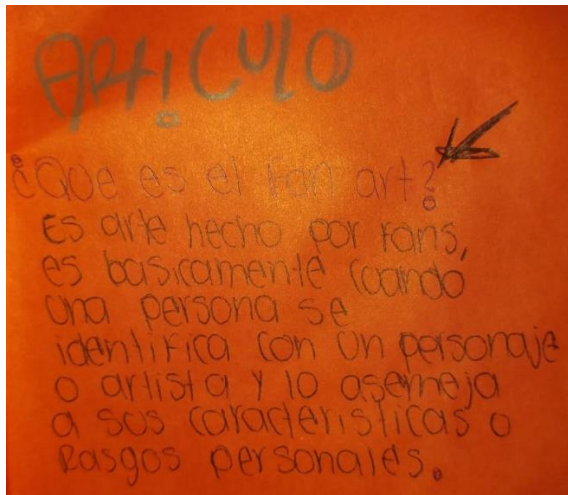
2. Utilizando el Fan art realizado en el primer punto, las y los estudiantes reconocerán la conexión afectiva que pueden tener con el personaje. Para ello, se la docente les hará 7 preguntas las cuales ellos deberán responder coloreando la escala de Likert dependiendo de la emoción que les represente.



YOUR FEEDBACK

La relación de lady bug conmigo es que siempre queremos ver el lado positivo a todo, también siempre estar ayudando a las demás y siendo siempre una persona pensante y responsable. También me identifico con Marinet (ella es la persona que se hace llamar lady bug - es el nombre de super heroína) me identifico con ella porque somos personas muy tiernas ante la vista de los demás, también somos muy olvidadizas y distraídas, siempre queremos ver a nuestros amigos felices.

Anexo M Fragmento de artículo de estudiante



Anexo N Fragmento de artículo de estudiante

