

Los entornos audiovisuales: espacios en transición

Abel Antonio Grijalva Verdugo

Universidad de Occidente

Culiacán, México

abel.grijalva@udo.mx

Jerónimo Rivera Betancur

Universidad de La Sabana

Bogotá, Colombia

jeronimorb@unisabana.edu.co

La Red Iberoamericana de Investigación en Narrativas Audiovisuales (Red INAV) se complace en presentar el número temático “entornos audiovisuales”, donde desde diversas voces, metodologías y regiones, se hace una exploración profunda sobre las realidades comunicativas, mediáticas y culturales de los países de Iberoamérica.

La edición transita desde lo digital de los procesos comunicativos contemporáneos, hasta los cambios paradigmáticos de la comunicación tradicional respecto al consumo mediático y cultural de los sujetos. Gerbner (1989) define la comunicación como interacción a través de mensajes, un proceso distintivamente humano y humanizador que crea y se guía por el ambiente simbólico que constituye la cultura. El ambiente simbólico revela dinámicas sociales e institucionales, expresa patrones, también los cultiva. Los medios son entonces resultado de dicha construcción atribuida por los agentes que integran y dan sentido a la cultura.

En tal, se parte de la idea, que sobre todo los países de América Latina, viven transformaciones importantes en su producción audiovisual que conllevan la evolución de las audiencias hacia consumos más críticos, activos y de producción de contenidos. Los sujetos mediáticos están cada vez más conscientes sobre los usos que dan a los *media*, convierten sus comunidades en espacios donde convergen diversidad de narrativas y se expanden en multiplataformas, es la era del *high-tech*, la materialización de la imagen-exceso en cuanto tal (...) “Estímulos en tiempo real, baño de sensaciones corporales en un nuevo mundo, modificación y desestabilización de las percepciones, sensación extrema de realidad: en la ilusión perfecta producida por la realidad virtual lo que se despliega es el vértigo hipermoderno, una especie de *trip* sensorial” (Lipovetsky & Serroy, 2009, pp. 75-76).

De la idea original de un consumidor pasivo que esperaba los contenidos que los productores de los medios le preparaban; se ha pasado a un modelo en donde los usuarios no esperan; programan, definen y participan mediante la producción de sus propios contenidos y la intervención y transformación de contenidos ajenos, dando paso a manifestaciones culturales interesantes como los *fan fiction*, *cosplayers* y universos expandidos que hacen más rica, compleja e interactiva la relación entre medios y usuarios. Algunos artículos de la presente edición dan cuenta de estas nuevas dinámicas.

Así, los entornos audiovisuales generan en las audiencias reflexiones sobre experiencias personales a partir de lo que se muestra, acto que se basa en los propios valores de quien observa, expectativas y actitudes de quienes se asumen ante la situación de lo que se expone, dando lugar a la identificación o interpretación. De otra manera, la ficción sin puntos de referencia en el mundo humano, carecería de credibilidad y de reconocimiento ante la inmediatez del proceso comunicativo emanado de quienes interpretan y reconstruyen los relatos en redes sociales, cine, televisión o cualquier medio.

Este número de *ComHumanitas* brinda posibilidades para visualizar una cartografía sobre nuevos territorios de significados y aprendizajes de vida. Lo colectivo se vuelve un acontecimiento que se observa, las historias relatadas trazan rutas de afectividades entre lo humano y lo social. Entonces, el aprendizaje cultural de la metáfora sobre la vida contemporánea se vuelve un vehículo que expresa los modos de significar lo estilístico de la cultura del espectáculo, como memoria social performativa hacia las apariencias urbanas de consumo.

El estudio de los entornos audiovisuales no sólo precisa la regionalización de casos, sino la integración de perspectivas teórico-metodológicas que permitan explicaciones sobre los componentes culturales, sociales, políticos y educativos de los medios de comunicación y su interacción en diversas esferas de la cultura, la ciencia y la vida misma. El mundo existe más allá de las pantallas pero aparece también representado en las mismas, de allí que las dinámicas de interacción que tenemos con las pantallas inciden también en nuestra forma de ver y relacionarnos con el mundo. No se puede estudiar el entorno audiovisual iberoamericano sin reconocer antes las características del propio entorno socio-cultural.

En muchos casos, la pregunta de fondo va dirigida hacia la construcción de la propia identidad regional o nacional. ¿Qué significa ser nacional de alguno de nuestros países? ¿Existe una condición de ser latinoamericano o hispano?, ¿Es nuestra apropiación particular de las condiciones de este nuevo entorno una marca de identidad? Más que respuestas absolutas, esta edición encuentra un arduo camino por recorrer, rico en significados, interpretaciones, pero sobre todo apasionante visión en el entendimiento de la cultura contemporánea y las estructuras sociales.

Se requieren mayores aproximaciones al campo de la comunicación, construir metodologías potentes que ayuden a comprender sus alcances, pero sobre todo la apertura científica para reconocer los elementos expresivos de la cultura que se narra mediante sonidos e imágenes, y se interioriza desde la belleza sonora del eco histórico de la extensión humana de los tiempos. Lo audiovisual se reconstruye

permanentemente en la pantalla y su movimiento perpetuo, solo alterado por el analista, constituye una buena metáfora de la dificultad del análisis y de lo efímeras que suelen ser las realidades contemporáneas. De los investigadores del entorno audiovisual depende que esta realidad en movimiento pueda ser correctamente registrada.

Bibliografía

- Gerbner, G. (1989). Cross-cultural communication research in the age of telecommunication. En The Christian Academy (eds.), *Continuity and change in the communication in post-industrial society, vol. 2* (pp. 226-231). Seoul, Korea: Wooseck.
- Lipovetsky, G., y Serroy, J. (2009). *La pantalla global cultura mediática y cine en la era hipermoderna*. Barcelona: Anagrama.

Perfil de los coordinadores del volumen

Abel Antonio Grijalva Verdugo

Profesor investigador de tiempo completo de la Universidad de Occidente (México), miembro del Sistema Nacional de Investigadores (CONACyT-México) nivel I. Licenciado en Ciencias de la Comunicación por la Universidad de Occidente, maestro y doctor en educación por la Universidad Autónoma de Sinaloa. Línea de investigación: "Educación y estudios de recepción en narrativas audiovisuales". Ha publicado más de diez artículos en revistas indexadas internacionales, como: "*Media Consumption Patterns and Communicative Competence of University Students*" en la *Global Media Journal-Canadian Edition*. Libertad, justicia y tolerancia: una propuesta del discurso cinematográfico en la formación de comunicadores en *Comunicación: revista Internacional de Comunicación Audiovisual, Publicidad y Estudios Culturales*. Miembro de la Red Iberoamericana de Investigación en Narrativas Audiovisuales.

Jerónimo Rivera Betancur

Profesor investigador de tiempo completo de la Universidad de La Sabana (Colombia). Comunicador social-periodista (U de Antioquia-Colombia), Especialista en dirección escénica para cine y tv (EICTV-Cuba), Magister en educación (Pontificia Universidad Javeriana-Colombia) y candidato a PhD en comunicación (U de Navarra-España). Fundador y director de la Red Iberoamericana de Investigación en Narrativas audiovisuales, autor de los libros "La imagen una mirada por construir", "Narrativas audiovisuales: Personajes, acciones y escenarios", "Cine: recetas y símbolos. Guía para entender el cine sin dejar de disfrutarlo" y "Héroes y villanos del cine iberoamericano" (editor); así como de múltiples artículos en revistas académicas internacionales. Par académico de Colciencias (Colombia), Ministerio de Educación de Colombia y del Centro Iberoamericano de Tecnología, educación y desarrollo (Cytred). Miembro del comité científico de más de 10 publicaciones académicas internacionales.