



Jóvenes y Cultura Digital

El objetivo de esta convocatoria es analizar interdisciplinariamente los cambios tecnológicos, culturales, sociales y las nuevas relaciones entre medios y audiencias juveniles en la sociedad contemporánea.

La Sociedad del Conocimiento ha modificado la forma en que se desarrollan las actividades y relaciones entre las personas a través de las tecnologías de la información y comunicación, que brindan posibilidades para la creación y el intercambio de conocimientos, y por lo tanto para la comprensión, la paz y el desarrollo sostenible. En sus orígenes la expresión Sociedades del Conocimiento suponía que, en el futuro, la riqueza de una nación iba a depender más de su capacidad para producir, intercambiar y transformar conocimientos que de sus riquezas naturales o producción industrial. Según UNESCO, la Sociedad del Conocimiento es mucho más que información, procura el desarrollo humano sostenible a través del reconocimiento de la diversidad cultural y lingüística, las competencias digitales y el incremento de la participación de la mujer en la educación, elementos que derivarán en la reducción de la pobreza porque el conocimiento es un potente instrumento de desarrollo.

Las tecnologías de la información y la comunicación también tienen un rol protagónico en la mediatización de la cultura, implican una transformación de las percepciones de tiempo y espacio; aparentemente vivimos en un “presente continuo” donde la instantaneidad y la velocidad marcan el ritmo cotidiano y explican una cultura que tiene poco margen para la reflexión. Así llegamos a un ecosistema comunicativo constituido por nuevos lenguajes, sensibilidades,

saberes, por la hegemonía de la experiencia audiovisual y la reintegración de la imagen en la producción del conocimiento.

Estamos frente a nuevos escenarios y nuevos actores (*prosumers*), particularmente los jóvenes, que participan de la Web 2.0, una actitud que describe la producción colectiva para publicar contenidos, más personas pueden expresarse públicamente, es decir permite construir nuevos modos de participación. El rol de los medios también se modifica a partir de estos nuevos modos de intervención ya que más personas construyen el espacio público y tienen capacidad de influir en él, llegando incluso a afectar a la agenda de los medios.

La cultura digital, que constituye el centro de atención de este Monográfico, está relacionada con la participación de los jóvenes en la toma de decisiones sobre los aspectos que inciden en sus vidas. Hoy existen posibilidades de crear redes de comunicación a través de los medios sociales, que son los vehículos para la cultura de participación.

Internet, los medios sociales, la convergencia cultural y las audiencias creativas inciden para que los comportamientos humanos estén influenciados tanto directa como indirectamente por el uso de tecnología. Por ello, no es extraño que tanto Facebook como Twitter sean interesantes ejemplos de convergencia entre viejos y nuevos medios, y que, entre productores y espectadores, hayan cambiado los roles y las interrelaciones entre los anunciantes y la forma como los consumidores procesan (y co-producen) los contenidos, incluida la comunicación de mercado.

Los conceptos y disciplinas que constituyen el marco de referencia del Monográfico son: Sociedad del Conocimiento, Tecnologías de la Información y Comunicación, Mediatización de la Cultura, Ecosistema Comunicativo, Convergencia Cultural, Ecología de Medios, entre otros. Algunos de los autores que han estudiado los campos señalados y cuyas investigaciones constituyen la base para el desarrollo del programa son: Marshall McLuhan, Neil Postman, Paul Levinson, Jesús Martín Barbero, Henry Jenkins, Manuel Castells, Pierre Lévy, Lev Manovich, Alejandro Piscitelli, Carlos Scolari, Martín Becerra, Jesús Galindo Cáceres, Néstor García Canclini, entre otros.

Ejes temáticos:

- Ecología de los nuevos medios
- Remix, hibridación mediática y realidad aumentada
- Comunicación, cultura y tecnología
- Narrativas transmediáticas
- Comunicación, educación y alfabetización en el siglo XXI
- El aprendizaje colaborativo
- Prosumidores mediáticos. El nuevo rol del espectador en la era digital
- Sociología del consumo de medios digitales
- El uso de Internet para la participación ciudadana
- La cibercomunicación ciudadana (blogs, wikis, redes sociales, crowdsourcing, crowdfunding)

Para presentar su contribución deberá cargar sus manuscritos a través del sitio web de Chasqui ingresando [en el siguiente enlace](#).

Previo al envío de su artículo es muy importante que revise atentamente y adecúe su texto a las [NORMAS DE PUBLICACIÓN](#) de Chasqui.

Ante cualquier consulta o comentario tome contacto con nosotros a través de chasqui@ciespal.org o ggiannone@ciespal.org.

