



UNIVERSIDAD NACIONAL
AUTÓNOMA
DE MÉXICO

ESCUELA NACIONAL
DE
ARTES PLÁSTICAS

EL PROSUMER

COMO PRODUCTOR Y DIFUSOR
DE
MATERIAL AUDIOVISUAL
EN INTERNET

TESIS PARA OBTENER EL GRADO
DE

LICENCIADO EN DISEÑO
Y COMUNICACIÓN VISUAL

PRESENTA

HÉCTOR FONSECA PERALTA

DIRECTOR

MTRO. NOÉ MARTÍN SÁNCHEZ VENTURA

MÉXICO, D.F. 2013



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

DEDICATORIA

*A la creadora
de lo visible y de lo invisible,
soporte de los impíos y desamparados,
luz de mediodía,
omnipresente y Omnipotente,
salud de los enfermos,
alma viva y vivificante,
que con su amor infinito,
cultivó mi mundo.*

Mi Madre.

AGRADECIMIENTOS

INFINITAMENTE AGRADEZCO A MI MADRE POR DARME LA VIDA, por su eterno amor, confianza y apoyo. Mi ejemplo vivo de humanidad, templanza, justicia, paciencia, perseverancia, humildad, tenacidad, responsabilidad, honestidad y lealtad. Parte nodal de mis presentes y futuros logros.

A mi familia, particularmente a mi hermano y a mi abuela, por su unidad y cobijo, pues fui criado a su imagen y semejanza, por todo lo que son, soy todo lo que soy, ¡Peralta Boys!

A mis amigos por su incondicional cariño, soporte y lealtad. Por todas las experiencias encarnadas en nuestra vida, por hacerme participe de su desarrollo a través de nuestras penas y alegrías. Por la inexplicable persistencia de mantenernos juntos. Por arrojarme a los distintos mundos a los que pertenecen y por incitarme a sumergirme al entorno social.

A la UNAM y a los ilustres académicos que me dieron cátedra, pilares de la educación pública ejemplar, gracias por ser fundamento en la construcción de mi razonamiento crítico. Especialmente al Mtro. Noé Sánchez Ventura, gracias por su dirección, sin su apoyo esta investigación no hubiese sido posible.

ÍNDICE

8	Introducción.
12	Primer Capítulo. Prosumer.
13	Modernismo.
16	La comunicación en la era moderna.
18	Medios impresos (el libro).
21	El panfleto.
24	Fanzine.
27	El Prosumer.
31	Modelo del Prosumer.
34	Esquema del modelo de comunicación Prosumer.
37	Conclusión capitular.
39	Segundo Capítulo. Cultura Audiovisual.
41	Antecedentes Históricos.
46	Contexto cultural del audiovisual.
51	Audiovisual.

53	Sistemas audiovisuales.
56	Comunicación audiovisual.
58	Lenguaje audiovisual.
61	Géneros Audiovisuales.
66	Documental.
70	Medios de audiovisuales.
75	El video.
79	Subgéneros del video.
82	Video documental.
84	Video didáctico.
85	Didáctica.
87	Características del video didáctico.
91	Prosumer Audiovisual.
95	Videotutorial.
98	Conclusión capitular.
101	Tercer Capítulo. Cultura Digital.
103	Posmodernidad.
107	Comunicación digital.
111	Internet.
116	Redes Sociales.
121	Weblogs.
127	YouTube.
134	Didáctica en Red.
138	Prosumer Audiovisual Digital.
143	Video Tutorial digital.
148	Estudio de caso.
161	Conclusiones.
166	Bibliografía.

INTRODUCCIÓN

Actualmente la sociedad se encuentra inmersa en los entornos virtuales, la reciente inclusión de la web 2.0 y la ya presente web 3.0 ha hecho del universo digital un espacio propiciado por la participación de los usuarios. Estos individuos consumidores y productores del universo digital se conocen como *prosumers*.

El medio digital, contiene diversas plataformas donde se transmite la información y se interactúa con ella, en la actualidad, la más popular de todos los entornos digitales son las redes sociales, ahí se manifiesta el libre intercambio de mensajes entre *prosumers*, con el presumible propósito de compartir sus productos con el resto de los integrantes de la red, llegando de esta manera a una aparente democratización del medio.

Los materiales que circulan en las redes sociales, mantienen contenidos muy diversos, que son generados por los propios *prosumers*, con fines de entretenimiento, comunicación, información, educación, expresión, etcétera. Dentro de ésta gama, hay una clase de productos que se popularizó con el medio digital, son los videotutoriales, conocidos en gran medida por el sitio *YouTube*, una red social que basa la comunicación de sus usuarios por medio de clips de video.

Los tutoriales en video al igual que la mayor parte del contenido en la red son generados por *prosumers*, usuarios que no representan por sí mismo, en primer lugar un realizador audiovisual, profesional y en segundo término, una entidad educativa. Y es aquí donde se presenta la pregunta que da origen a este proyecto, ¿Por qué los *prosumers* pudiendo orientar sus mensajes a otras finalidades, optan por hacer materiales didácticos?

Comprendiendo que los productores del videotutorial, no son estrictamente realizadores profesionales, tanto en el quehacer audio-

visual como en el área de la enseñanza y que por ninguna parte, del producto final ni de la periferia, queda de manifiesto los fines que busca al realizar dicho material didáctico.

Es un hecho que estos videos son un fenómeno contemporáneo, el proyecto no se centra en cuestionar su existencia, o los sucesos que dieron pie a ella. Lo que interesa de estos productos es cuestionar cuales son los motivos que llevan a un individuo a difundir sus mensajes presumiblemente didácticos a través de un video, dentro de la red.

Puesto que los audiovisuales didácticos, previos a la cultura digital, eran generados conscientemente con la finalidad de educar, de cumplir con ciertos objetivos planteados en un programa estructurado por especialistas en la educación.

Al presentarse un video didáctico, en el universo digital, generado por un *prosumer*, un individuo común, con escasa o nula preparación pedagógica, genera en este proyecto de investigación la incógnita, de cuál es su verdadera intención comunicacional detrás de la producción de ese tipo de videos. Puesto que la bondad de diversificar el pensamiento, no es una respuesta que satisfaga del todo a esta tesis.

Para llegar a vislumbrar este objetivo de primera instancia se tiene que caracterizar a su desarrollador, que es el *prosumer* puesto que mucho de sus características son clave en la incidencia de la intención comunicacional. Sin retirar el peso que amerita el propio contexto en el que se desempeñan los mensajes didácticos, expresado en el universo digital y la propia sociedad que da vida al entorno. Por otra parte el sistema audiovisual por si mismo incide particularmente en los mensajes, por lo que de igual forma se debe esclarecer por que se manifiestan dichos materiales didácticos en video.

La hipótesis de la que se parte es orientada a que el universo digital brinda las facultades técnicas necesarias para desarrollar un videotutorial, los individuos que generan dichos mensajes adoptan la figura de un *prosumer*, como productores y consumidores de los videos, generando estos mensajes didácticos con la intención de propiciar nuevos usuarios que mantengan un carácter autodidacta, logrando por medio del videotutorial, reconocimiento como un *prosumer* generador de información.

Para reflexionar respecto a la intencionalidad del videotutorial la problemática se concentró entre otros aspectos en: el audiovisual, la posmodernidad y la cultura digital. Para descifrar la intención de un realizador audiovisual, es importante conocer estos aspectos que atañen directamente al mensaje que es difundido, por lo que se utilizaron algunos estudios de Andrew Darley y Miquel Francés, entre otros proyectos de licenciatura, para llegar a una determinación del mensaje audiovisual. Por otro lado, la posmodernidad, caracteriza

el contexto social en el que se concentra nuestro objeto de estudio, para esto se retomó los estudios de Jean-François Lyotard, Dominique Wolton y recopilaciones hechas por Rosa Ma. Rodríguez Magda, para cubrir dicha información. Y finalmente el entorno en donde se desempeña, el fenómeno de estudio es el universo digital, para su comprensión fueron necesarios acudir a estudios de Marshall McLuhan, Nicholas Negroponte y Vilém Flusser para discernir los factores que prevalecen en el medio digital.

La investigación parte del periodo moderno, tomando en cuenta que representa la clave donde se acuñaron las ideologías que son la base de la era posmoderna. Las ideologías que se gestaron en dicha época, se vieron bien representadas con la creación del libro, su llegada, representó un antes y después en la cultura, puesto que cambió los modos de transmitir información, mensajes y las propias expresiones del ser humano. En la misma época, pero con un aspecto amateur, surgió un material literario conocido como el Panfleto, que represento en su momento la mejor forma de dar voz a ciertos sectores marginales de la sociedad que nadie escuchaba, mucho tiempo después ya en el siglo XX el *fanzine* surgió como el equivalente contemporáneo a los panfletos del siglo XVII. Es de suma importancia regresarnos tanto en el tiempo, puesto que los creadores de estos materiales, representan los orígenes de lo que en la era digital McLuhan denominó *prosumer*.

Al haber caracterizado las singularidades de la figura *prosumer*, el proyecto se orientó a definir de mejor forma al videotutorial. Al adentrarse a la cultura audiovisual, se encontraron parámetros que revelaban los aspectos de un producto audiovisual por sí mismo, se fueron definiendo las características del mensaje y se dio un espacio para hacer una reflexión respecto al término “lenguaje audiovisual” que a la postre resulto beneficioso para la concreción del concepto “mensaje audiovisual”. Aunque el proyecto se tenía que abocar ya en el género audiovisual que contuviera nuestro objeto de estudio, de primera instancia concentrado en el documental, y ya de forma más particular en el video didáctico.

Ya definido el videotutorial, al proyecto sólo le restaba contrastar la información previa, en el entorno digital. En ese sentido la investigación de la posmodernidad representa el contexto cultural e histórico que generó las ideologías que construyen el universo digital. La concreción del entendimiento de las comunicaciones es la contextualización particular, que representó el entendimiento del tránsito de información en el medio, puesto que el internet como el nuevo medio de comunicación se diferencia de manera muy notoria de los anteriores medios, como el libro o como el video, incluso comienza a tambalear el término de medio.

Al analizar los anteriores aspectos mencionados, se concretan los objetivos de la investigación. El material audiovisual didáctico que el *prosumer* produce en internet, no sólo amerita una investigación concentrada en el universo digital, sino dar paso a un desglose de todos los aspectos que genera este material.

Las respuestas que nos originó el proyecto de igual manera comienzan a ser particularidades de diversos universos, que desembocan en el entorno digital, por ejemplo, el cambio que representó el antiguo modelo de comunicación de Shannon y Weaver con respecto al que se implementa hoy día en las redes sociales, o, la condición multimedia dentro de la red que dista mucho de la linealidad de los anteriores medios, o, la pregnancia del video en la comunicación cotidiana de la sociedad digital, abarcando incluso géneros propios de la cultura audiovisual para implementarse en su quehacer diario. Todo esto estudiado bajo los ojos de la figura *prosumer*, entendida como la responsable de la construcción social de un medio que es propio de sus actores.

El presente proyecto, es desarrollado con la firme intención de ayudar al entendimiento de los actuales fenómenos comunicacionales, puesto que hoy los vivimos cotidianamente pero en la mayoría de las ocasiones queda muy oculta la intención con la que circulan los mensajes en la red, sobre todo los que mantienen un carácter didáctico puesto que de primera instancia, parece que se encuentran insertados en un entorno donde no es expresa la seriedad pedagógica que amerita la enseñanza y el aprendizaje.

El proyecto refleja el presente de nuestra comunicación, un instante que se va desvaneciendo por el carácter de inmediatez de la sociedad, que obliga a los mensajes a fluir cada vez en entornos digitales más “modernos”. Actualmente la Web 3.0, con los dispositivos móviles, brinda la “atractiva” posibilidad de estar disponible, en cualquier lugar, bajo cualquier circunstancia. Lo que a la postre ocasionara nuevos fenómenos sociales, llamativos para ser desmitificados, como lo que la Web 2.0 propició con el videotutorial.

PRIMER CAPÍTULO
PROSUMER

MODERNISMO

El término modernidad puede resultar ambiguo, puesto que la palabra “moderno” en su acepción más simplista, inmediatamente nos remite a un “hecho de actualidad”, aunado a esto su significación puede ser retomada desde el campo de la literatura o las artes plásticas, que cuentan con su propia acepción.

Con el fin de comprender la figura del *prosumer* e indagar en el material audiovisual que produce, es pertinente entender a la modernidad como una corriente del pensamiento, que caracteriza el contexto histórico en el que se gestó y se desarrolló, el objeto de estudio de esta investigación.

Para ser claro, lo que a este apartado de la investigación compete es, explorar lo que se conoce como “era moderna”; entendida como un periodo que históricamente abarca, según Foucault, desde el renacimiento hasta la primera mitad del siglo XX. Y es justamente en esta era dónde surge lo que más adelante definiremos como *prosumer*, puesto que dicha figura no surgió de la cultura digital de nuestros días, sino dentro de los profundos cambios que se suscitaron dentro del periodo que se está por definir.

El hecho de que se plantee ésta era como “moderna” es debido a que se formó una conciencia social que manifiesta su época como la “nueva época” lejana a los tiempos pasados, distante de la “antigüedad”.¹ En la que justamente hubo rotundos y constantes cambios en la cultura y relevante para esta investigación; en sus formas de comunicar.

El pensamiento moderno es una constante creación de lo nuevo, que está íntimamente relacionado con el pasado como una fuente

¹ Foster, Hal, *La Posmodernidad*, Pág. 20.

normativa del presente, con la finalidad de lograr una transición de lo antiguo a lo actual, siempre abierta a las posibilidades que el futuro ofrece, perpetuando de esta forma cada instante, para llegar a la producción de lo “nuevo”.

La modernidad es una tradición polémica que desaloja la tradición imperante, cualquiera que ésta sea; pero la desaloja sólo para, un instante después, ceder el sitio a otra tradición que, a su vez, es otra manifestación momentánea de la actualidad.²

La modernidad no es lineal, su transcurso en la historia es una sucesión de re inicios acelerados –esta es la dinámica social de la era moderna– que dan forma al continuo hecho de volver a empezar, (una etapa moderna sólo es reemplazada por otra) es una especie de sucesión de discontinuidades. “...el pasado y el futuro se ordenan conforme a los contenidos ideológicos dominantes en la concepción de un presente que se vuelve la representación colectiva del tiempo renovado”.³

La sociedad nombra de manera distinta cada época que surge dentro de la era moderna, diferenciando al hecho actual del anterior, construye a través del nombre la identidad ideológica de los intereses de los actores que conforman la dirección cultural, de esta forma establecen la distancia con el pasado de donde surge.

De acuerdo con la clasificación de Foucault, la era moderna se desglosa en tres etapas: el nombre que se le dio al inicio a la modernidad fue Renacimiento, a propósito de pensamientos relacionados con el pasado con miras al futuro, aquí el modo de pensar, se rige con base en la analogía y la similitud. Posteriormente el periodo que va del siglo XVII al XVIII fue denominado época clásica, una etapa más crítica de evaluación y clasificación. Por último la Revolución Francesa dio inicio a la época burguesa, basada en el desarrollo temporal, esta etapa predomina hasta la primera mitad del siglo XX.⁴

La crítica es uno de los elementos sustanciales de lo moderno, se utiliza en el cambio de la realidad, busca ampliar la racionalidad, rompe los límites reiterativos del pasado y genera la razón moderna, que a su vez, es concebida como un sistema de medición y eje de la conciencia social que marca la dirección del cambio.

Según Pozas Horcasitas, hay tres ideas que se desprenden de la razón moderna:

1. El surgimiento de la idea de libertad y autonomía ciudadana en los estados como identidad colectiva, que

² Paz, Octavio, *Obras completas, La casa de la presencia*, Pág. 132.

³ Pozas Horcasitas, Ricardo, *La modernidad atrapada en su horizonte*, Pág. 19.

⁴ González Ochoa, César, *Apuntes acerca de la representación*, Pág. 47.

unifica la diversidad social en una ideología que llena los valores universales.

Políticamente hablando esta idea se concentra en lo que conocemos como el régimen democrático, los ciudadanos son partícipes de la construcción de sus gobiernos y enaltecen su sentimiento nacionalista. Lo que hay que subrayar en este punto es la autonomía de los ya reconocidos a partir de este momento, ciudadanos, el “individuo” influye en las decisiones de la comunidad. El surgimiento de la autonomía públicamente aceptada, es uno de los valores que en esencia privilegiaron a lo que hoy conocemos como “individuo”, esta característica se retoma porque es una de las fortalezas de la figura *prosumer* expone como propia de su ser. Y es, en la modernidad, donde empieza la participación de la gente común en los asuntos sociales, donde los individuos comienzan a exponer sus afinidades para ser orientadas a fines comunes. En la modernidad, podemos destacar al individuo como ser sustancial de la sociedad.

2. La modernidad se consolida a partir de la formación de la economía capitalista mundial y la industrialización es regida por una razón instrumental.

La razón subordinada a la producción y aplicación de tecnologías dirigidas por la lógica de la ganancia además de la concentración de capital constituido por instituciones privadas, crearon aparatos administrativos de orden mundial, que trajeron cambios importantes en el desarrollo de la cultura, la sociedad y de los medios. Este es el entorno en el que el *prosumer* se desarrolla, los beneficios y las adversidades que se originan de estos modelos son los que crean el contexto cultural que afrontó nuestro objeto de estudio.

3. El surgimiento del individuo y el desarrollo de distintas modalidades de familia, a partir de la concepción Judeo-Cristiana.⁵

Como lo mencione en el primer punto, los individuos se forman y comienzan a tomar parte en los roles de producción que la estructura social demanda, dando paso a la secularización, masificación y educación universalizada. Cabe recalcar que de los valores que este periodo histórico dejó a la sociedad, la autonomía fue la que dio paso a la inquietud del individuo por hacerse presente en diversos aspectos sociales. Cuando un individuo comienza a trabajar por su bienestar y no por el de otro al que está subordinado, comienza a ocuparse en las necesidades propias, como la necesidad de informarse y de comunicar, necesidades sustanciales de la figura *prosumer*.

⁵ Pozas Horcasitas, Ricardo, *La modernidad atrapada en su horizonte* Pág. 26.

LA COMUNICACIÓN EN LA ERA MODERNA

Como corriente del pensamiento, la modernidad abarcó todos los aspectos culturales de la sociedad, la comunicación y los medios en dicha era son perfectamente definibles dadas las características que el contexto histórico nos ha proporcionado.

La comunicación moderna bien pudo iniciar con el auge de la imprenta renacentista, no por el simple hecho de facilitar la producción de los encuadernados, sino debido a diversas elecciones sociales y políticas que el mismo renacimiento impulsó, uno de los ejemplos claros fue la consagración de la cultura visual, relegando la cultura oral, de los hablantes, sabios y pensadores que transmitían su conocimiento de boca en boca.

El aparato hegemónico de la iglesia católica tuvo gran responsabilidad en la difusión del libro, mediante su red de educación clerical, su función fue integrar orgánicamente a la sociedad apoyados en su libro sagrado “La Biblia”. En esta época los grandes aparatos de comunicación eran controlados por el clero y los motivos de la institución se estructuraron alrededor de los intereses de los terratenientes, que mantenían la fuerza de trabajo servil, para laborar en las tierras.

Posteriormente la escuela apoyada en sus ideales pedagógicos desplaza a la iglesia ya debilitada en la fase premonopolista, por las ideas que surgieron por pensadores como Voltaire. La evolución de las fuerzas productivas ocasiona que el sistema escolarizado tome la batuta comunicacional colocando en la mente de los hasta entonces ciudadanos la conciencia que requiere los nuevos procesos de producción y organización social.

El nuevo desenvolvimiento de las fuerzas productivas, la ampliación del mercado mundial, el aumento de la población, el rápido avan-

ce de la urbanización, la descomposición de las estructuras agrarias y sobre todo el gran avance científico y tecnológico, provocaron un cambio radical en el ordenamiento jerárquico de los aparatos hegemónicos de comunicación en un periodo no mayor a doscientos años. La escuela dejó de establecer las condiciones ideológicas sociales, emergiendo los medios de comunicación como el aparato encargado de moldear la conciencia social, éstos establecidos en el marco del avance tecnológico de información, desarrollaron un proceso de educación cotidiana que gradualmente se convirtió en una especie de educación electrónica, que de forma repetitiva, sistemática, acumulativa e informal implementaron la nueva forma de educar, redefiniendo los roles fundamentales del sistema de enseñanza.

Este proceso pedagógico se caracteriza por convertir la información que transmiten las tecnologías de comunicación en sedimentos culturales, los cuales a su vez se traducen en valores históricos, que se cristalizan en concepciones del mundo, los que se expresan como sentidos comunes, de los cuales se derivan actitudes y conductas, que a largo plazo se convierten en posiciones políticas que producen un determinado proyecto de transformación.⁶

En la era moderna, que se estableció, desde el Renacimiento hasta la segunda mitad del siglo XX, el papel que ocupa el medio de comunicación es moldear la conciencia civil, (desde el libro, el periódico, la radio o el televisor) ejercer una tarea cultural dominante por que constituyen la principal conciencia colectiva que relaciona la mente de los individuos con la realidad.

Este contexto vio nacer al *prosumer*, un entorno donde la “realidad colectiva” está construida por los aparatos hegemónicos de comunicación, ya sea la iglesia, la escuela o la industria. Esto por una parte, comienza a revelar puntos de choque, puesto que como se expuso en la caracterización del modernismo, la autonomía y el individualismo, presentaban un panorama de libertades en muchos aspectos, pero, el flujo de información era presa de los aparatos que seguían manteniendo el control, por lo que aún no se concretaba una libertad de información cabal, pues se mantenía condicionada al aparato hegemónico en curso.

⁶ Esteinou Madrid, Javier, *Sociedad moderna y medios de comunicación*, Pág. 11.

MEDIOS IMPRESOS (EL LIBRO)

El impacto social que tuvo el surgimiento de la imprenta, fue debido a que abarató el costo y aceleró la producción de libros, haciéndolos más accesibles al público, sacrificando el libro artesanal de la Edad Media.

Los libros nunca han sido la exclusiva forma de materia impresa pero sí la más privilegiada, siendo un aparato de comunicación hecho con tecnología “moderna” los encuadernados materializan la información, el conocimiento y la esencia misma de toda una época en el tiempo. La imprenta desempeña un papel fundamental en la



1. El libro es una forma cultural que incentiva una reflexión lenta y razonada de los acontecimientos

difusión de ideas, incluso en la jerarquización de los sentidos, anterior a ésta, se mantenía una cultura oral, que transmitía el conocimiento por medio del hablante, el libro hace que de cierta forma se independice dicho conocimiento del emisor y mantiene accesible la información que contiene, privilegiando a la cultura visual (La cultura visual no es exclusivamente potenciada por el libro, el Renacimiento es en esencia lo que ocasionó este cambio).

El libro es el medio precedente, de la emancipación del conocimiento de su productor, esta forma de comunicación, presenta la nueva posibilidad a todos los realizadores, de mantenerse de cierto modo ausentes, de sus mensajes, lo que revela una hasta entonces nueva capacidad de difundir los mensajes de forma exponenciada.

Puesto que anteriormente, el emisor se tenía que conformar, con la audiencia que pudiera mantener en uno de sus discursos, el mensaje dentro de un libro, por otra parte, puede ser recibido por una audiencia mayor. Esta característica de difusión, es importante en la medida que los mensajes que el *prosumer* en esencia plantea, son mensajes dirigidos a todo público, y sin esta posibilidad de difusión el mensaje no cumpliría con su cometido.

Por esta razón la sociedad que vio nacer al libro, desplaza los viejos medios de comunicación por considerarlo como un contenedor de verdades inmutables y no como otro mecanismo de transmisión, hay una profunda valorización del nuevo medio y bajo esta primicia muchas de las ideologías imperantes, como las leyes públicas, mercantiles, políticas y eclesiásticas fueron trasladadas a los libros.

Los libros son transmisores de información, mensajes, datos y contenedores del conocimiento pasado, aunque, también pueden convertirse en depósitos de falsedades y supersticiones, “leer es un acto de fe”⁷; el pueblo judío como una sociedad nómada, puede ayudarnos a entender esta frase, tenía que trasladar su historia y su conocimiento de un lado a otro, por practicidad, les resultó mejor trasladar hojas compiladas y encuadernadas que infinidad de escritos sueltos. La Biblia, la compilación que recaba la historia de un pueblo contenía su ideología y sus creencias, por lo que para los judíos creer en el libro era creer en Dios, leer siempre es un acto positivo, un acto que te acerca a “la sabiduría de Dios”.

El libro es una forma lenta de intercambio, es un modo de temporalidad que concibe la comunicación social no como acción, sino como reflexión y debate, lenta y razonada. Forma parte del equipamiento tecnológico del individualismo moderno afirmando el protagonismo del “yo” en las investigaciones de una reflexión intelectual, en esta época es donde se comienza a dar importancia a la concepción del Autor como creador de ideas.

El sistema literario moderno representa una visión particular de la vida cultural que abarca los ideales del individuo autónomo, que se crea y se gobierna a sí mismo y que posee algunas propiedades, un acceso universal al conocimiento y la garantía del debate y la reflexión pública.⁸

El autor es una entidad protagonista que se refleja a sí mismo en cada una de sus obras, esta característica al igual que las anteriores mencionadas, se le atañe al *prosumer* puesto que, dicha figura refleja en cada mensaje, además de sus propias afinidades, sus virtudes, sus carencias y lo más importante su visión subjetiva del tema que aborde.

⁷ *Idem.*, Pág. 147.

⁸ Nunberg, Geoffrey, *El futuro del libro ¿esto matará eso?*, Pág. 33.

La importancia del autor y del individuo como tal son puntos de la modernidad que son necesarios tener claros para definir la esencia que caracteriza al *prosumer* y a su mensaje. El libro, no es un producto que sea elaborado exclusivamente por un individuo, pero la autoría, es un fenómeno modernista que propiciaron la imprenta y el libro en sí. El fenómeno del autor, tuvo un desarrollo más evidente en soportes editoriales posteriores al libro como el panfleto literario, donde el soporte requería de un escritor especializado con la necesidad de expresar por sí mismo sus propios intereses.

EL PANFLETO

Otra forma de materia impresa, que se popularizó en el siglo XVIII fue el panfleto. Con la Revolución Francesa y la declaración de libertad de prensa se dio un giro a la censura, a los privilegios literarios y al monopolio que se origino en París, a raíz del control y de la organización de las grandes imprentas, lo que dio lugar a una especie de anarquía editorial, por lo que los impresores y productores de panfletos se liberaron llenando las calles de textos independientes, por llamarlos de alguna manera.



2. Panfleto ruso de la posguerra

El panfleto era un material que podía transmitir una amplia gama de información, la versatilidad del impreso permitía que fuera elaborado por prácticamente cualquier persona y los contenidos se transmitían de una forma rápida y espontánea, el panfleto permite decir muchas cosas en pocas palabras.

Esta forma de comunicación se utilizaba normalmente para distribuir de mano en mano información a un gran número de personas y para una audiencia que constaba de un público perfectamente ubicado entre las clases más bajas de la sociedad, puesto que los panfletos tenían el fin específico de transmitir mensajes que en muchas ocasiones estaban en contra de los grandes aparatos de comunicación ya establecidos. Por esta razón, en muchas ocasiones manejó un lenguaje coloquial, sintético con una fluidez clara y lógica.

Fue un material que buscó la concientización o la difamación, en ambos casos, el argumento expreso en el panfleto siempre fue de

protesta. En la Francia del siglo XVIII con la libertad de prensa, se producían más de estos textos que escritos de contenido académico y tenían un claro efecto en la opinión pública. Los panfletos se caracterizaban en ese momento de manera muy particular por la difusión del material en las calles y la producción del material sin la ayuda de un complejo sistema de comunicación.

En este panfleto, (...) no se cuenta una historia, ni se describe una situación, ni se defiende sosegadamente una postura filosófica. Más bien se pretende, a través de él, convencer, conseguir adeptos, decidir a los irresolutos e iluminar a los obcecados.⁹

Es importante señalar que es elaborado en gran medida por los sectores en protesta de la sociedad, generalmente acallados por sus ideales en contra de los sistemas hegemónicos, por lo que se podría contextualizar perfectamente dentro de la cultura *underground*, o claramente contracultural.

En la Francia del siglo XVIII había un lugar en el bajo mundo conocido como la *Grub Street*, reconocido por el gran movimiento contracultural que se gestaba dentro de este sitio, los habitantes de dicho lugar, en su mayoría eran escritores con cierto grado de “profesionalismo” esperanzados en convertirse en un Voltaire o un Rousseau, por lo que incurrían mucho en la elaboración de panfletos políticos y sediciosos, algunas veces por gusto otras tantas por necesidad.¹⁰

El *Grub Street* es quizá el antecedente más importante del contexto que se está buscando ubicar para el *prosumer*, el entorno de los escritores que dedicaban sus esfuerzos a introducir en la sociedad textos de carácter prohibido, sedicioso y difamatorio, era un entorno hasta cierto punto marginal, por esta razón los panfletarios llegaron a ser catalogados con el grado de proscritos. Este fue un entorno contracultural, que reflejó la voluntad de sus integrantes, de ir, no sólo en contra de los preceptos, en este caso comunicacionales de la cultura, sino, formar parte de la creación del flujo de información.

Aspectos de estos personajes, como el establecerse en el contexto contracultural, estar claramente aislados por el sistema y mantener latente la inconformidad de recibir mensajes que son insuficientes para sus necesidades de información, son características de la figura *prosumer*, puesto que estos panfletarios son los primeros *prosumers* de la sociedad y los panfletos, son el antecedente primigenio de los tutoriales, la descripción que se vino desarrollando hasta aquí respecto al panfleto bien podría extrapolarse a nuestros días y caracterizar al tutorial, pues de igual forma, es realizado en lo que se conoce como la contracultural, por personas que independientes que no per-

⁹ Moreno Castillo, *Panfleto Antipedagógico*, [Documento Web].

¹⁰ Darnton, Robert, *Edición y subversión: Literatura clandestina en el Antiguo Régimen*, Pág. 48.

tenecen formalmente al gremio de la comunicación y están cargados de una visión subjetiva, propia de los individuos que conforman el underground.

Retomando el antecedente histórico, es importante reconocer que en ese momento el contexto social del siglo XVIII les dio las herramientas para que pudieran hacer expresas sus inconformidades, pero más importante aún era la intención que los hacía tomar un papel y hacer expreso su mensaje. Puesto que la intención y acción de comunicar, es lo que diferencia a un individuo espectador, de un *prosumer*. Es lo que en esa época diferenció a los individuos lectores con los individuos panfletarios.

El identificar las cualidades de estos escritores y los objetivos que perseguían, ayudará a entender de mejor manera cuales son las características que conforman a los productores de mensajes independientes, a los *prosumers* de nuestros días.

Esta clase de productores de mensajes contraculturales por medio del panfleto, hicieron mucho ruido a partir de aquella época y en tiempos posteriores; con el desarrollo de la máquina de vapor en el siglo XIX y el desarrollo de una máquina que producía papel, los sistemas de impresión se vieron beneficiados, lo que trajo como consecuencia un desarrollo importante de la prensa. Diversos periódicos surgieron en este siglo y con el desarrollo de los grandes diarios, se alimentó la cultura de los textos noticiosos y los panfletarios encontraron cabida en cafés y tabernas que se convertirían en salas de lectura, frecuentadas por una audiencia importante. Algunos de los panfletarios trascendieron sus textos convirtiéndose en diarios como tal seguidos por un gran número de personas, sobre todo en Estados Unidos, donde no se imponía un impuesto al medio impreso, como en Europa.¹¹

En los siglos XIX y XX el panfleto tuvo gran importancia en los constantes lapsos bélicos, incluso hasta promovían las ideologías que motivaban las guerras. En toda Europa los panfletos estuvieron en pro o en contra de los movimientos armados, el panfleto fue una herramienta muy poderosa para las movilizaciones tanto sociales como políticas, utilizado en gran medida por los líderes de los movimientos de forma propagandística, puesto que eran dirigidos a las grandes masas de escasos recursos.

11 Vázquez, Manuel, *Historia y comunicación social. Edición revisada y ampliada*, Pág. 178.

FANZINE

El panfleto que surgió en la Francia del siglo XVIII evolucionó con el pasar del tiempo y con ayuda de los desarrollos tecnológicos y los sucesos sociales, encontró su cauce en los problemas bélicos del siglo XIX y XX, aunque se tiene mejor identificado en las guerras y movimientos de la primera mitad de éste último. Se convirtió en un producto editorial utilizado en gran medida por grupos de protesta y armados contraculturales, como una poderosa herramienta para difundir sus ideales, ya sea en avionetas o como normalmente se hacía, en las calles de mano en mano.



3. Ejemplo de Fanzine Español

El panfleto es el precedente de los productos editoriales, como se menciona anteriormente el periódico es su sucesor más reconocido, pero también de éste se desprenden otra clase de textos. En la segunda mitad del siglo XX comenzó a elaborarse un material editorial de forma más compleja, muy parecido al panfleto, con un contenido ya no tan sintético, su formato fue el modelo que se utilizó para este nuevo producto, aunque fue más allá de las frases de insurrección y de los contenidos cotidianos y de actualidad, éste desarrollo ahora abordaba temas con una especificidad poco usada anteriormente.

Dicha publicación fue denominada con el nombre de *fanzine*, éste término es una acrónimo que proviene del vocablo inglés, (de la contracción de las palabras *fanatic* = fanático y *magazine*= revista).¹²

¹² Martínez Díaz de Zugazúa, Charo, *Fanzines, prensa alternativa y otras publicaciones underground de la Fundación Sancho el Sabio*, [Formato Web].

El auge de los *fanzines* llega entre finales de la década de los 70 y mediados de los 80 del siglo XX, sin embargo se cree que el término *fanzine*, fue acuñado por Louis Russell Chauvenet en los años treinta, aunque fue hasta la segunda mitad del siglo XX cuando el término fue utilizado y dicha publicación tuvo gran aceptación entre la audiencia y se comenzó a difundir más allá de los confines de la cultura alternativa de donde nace; aparece en el sector contracultural de la sociedad, quizá por el casi nulo contacto que esta clase marginada tienen con medios de comunicación por cuestiones económicas y sociales, un hecho parecido al del panfleto.

El *fanzine* es un medio de expresión afín a la juventud ya que en su mayoría está hecho por y para personas muy jóvenes, cumpliendo con una necesidad de expresión individual o colectiva. Es quizá por ésta y las razones anteriormente mencionadas, que es elaborado bajo una estética que raya en lo rudimentario, su elaboración va desde cortar, fotocopiar y pegar imágenes que toman de otros medios moldeándolos según el requerimiento del producto editorial, dichos textos se caracterizaban por formas de edición casi artesanales. Lo mismo ocurre con los tutoriales, los *prosumers* revisitan sus mensajes con las herramientas que tienen a su alcance, no hace uso de complejos aparatos de comunicación, salvo los que la cultura en la que viven les brinda.

A diferencia de los panfletarios del siglo XVIII, (personas que tenían cierta preparación académica) el *fanzine* solía estar hecho por individuos sin una formación profesional en el campo editorial, mucho menos en el periodístico, por lo que los desarrollos tenían grandes deficiencias en general de redacción y ortografía, propios de un texto tan coloquial. Aún así a estos productores de textos que se encontraban fuera del ámbito profesional su inexperiencia no les implicaba un impedimento y justamente un *fancinero* es lo que más se parece a lo que adelante tendremos que definir como *prosumer* puesto que a diferencia de los panfletarios con preparación, los realizadores del *fanzine*, es lo que más se acerca a un individuo común, con las limitantes y ventajas que manifiesta la misma sociedad.

El autofinanciamiento o incluso la petición de ayuda a los propios lectores, era la forma de sacar adelante la publicación. Resaltando este hecho, dicha característica es una de las cosas que trasciende el *fanzine*, el ser elaborado y distribuido por uno o varios individuos sin ayuda de algún complejo aparato de comunicación, representa una revalorización de la autonomía que se había dejado de lado por diversos sucesos sociales como la industria, donde se dejaba todo el crédito de la producción a los grandes corporativos sin rostro.

Apoyados bajo la filosofía de “hágalo usted mismo” los *fancineros* producen, crean y distribuyen estos materiales por sí mismos, con-

virtiéndose en unos productores independientes, que no requieren de algo más que su intención comunicacional, para elaborar estos mensajes. El *prosumer* y el tutorial, están sujetos a esta filosofía, el desarrollo de los mensajes, es netamente integral, tan es así, que hasta se crean sus propias vías de propagación.

Pero más allá de ser reconocidos por su intención comunicacional, no hay una particularidad clara entre los realizadores de este producto editorial, por lo que los temas vertidos en él, hacían referencia a cuestiones muy diversas, inicialmente se enfocaban a publicaciones musicales pero la gama de posibilidades verdaderamente es muy variada y dista mucho de entrar en generalizaciones, por ejemplo, se abordaban asuntos: ecológicos, ocupacionales, pacifistas, sexuales, literatura, etc. Por mencionar sólo algunos casos. Ésta clase de publicaciones alternativas cumplía la necesidad de expresar ideas y mensajes alejados de convencionalismos y las grandes empresas de la comunicación; el *fanzine* es una ventana a lo que actualmente se conoce de manera coloquial como la contracultura, puesto que refleja las manifestaciones de un sector de la sociedad que se mantiene activo y en busca de espacios que les brinden difusión.

...a veces denuncia, otras, sátira, mofa, risas burlonas con consignas en los dientes, gritos desde el papel; pero si se les oye con cuidado, se descubre que susurran las historias de vida de sus realizadores y de sus ciudades.¹³

El conjunto de propuestas ideológicas vertidas en él las convierten en un instrumento generador de pautas de lectura de la realidad social y de vivencias experimentadas tanto a nivel individual como colectivo. *Los fancineros* indudablemente reflejaban una carencia, una búsqueda de un espacio donde sean partícipes del medio comunicacional, por esta razón abren un espacio con sus recursos donde expresan sus más profundos intereses, con el afán no del todo expreso, de encontrar empatía con otros semejantes interesados en sus mismas inquietudes.

Cultura subterránea (...) porque no todo es resentimiento y crítica; también hay espacios para el juego el sueño, la ilusión, la risa, el gusto, el antojo, virtudes todas ellas fomentadas por los individuos, los que hacen el fanzine son disidentes sociales. (...) Ahora la marginalidad se vuelve bohemia, dotada de ideología y romanticismo Los fancineros, a manera de alquimistas sociales, traducen aquello que los estigmatiza en virtudes, banderas que enarbolarán para construir su identidad y darle vuelta a la marginalidad.¹⁴

¹³ Analco Martínez, Aída, *Fanzines: el papel de la ciudad*, [Formato Web].

¹⁴ *Idem*.

EL PROSUMER

Desde la Francia del siglo XVIII se ha venido presentando un fenómeno cultural muy interesante, que en la actualidad se ha potencializado debido a los grandes avances tecnológicos y sociales que en gran medida han sido propiciados por la globalidad, dicho fenómeno, es la realización y difusión de mensajes que personas “ordinarias” no pertenecientes a un complejo sistema de comunicación, están produciendo. Estos individuos se encuentran comunicando bajo sus propios medios, como realizadores independientes, desarrollando y difundiendo información para una audiencia particular, apoyados sólo de sus propios recursos.

Los materiales producidos por los realizadores independientes tienen una característica propia de su creador, reflejan en sus características una necesidad de comunicación, una cualidad que nunca se hizo presente en el espectador de medios masivos, puesto que un espectador, en el papel, no se ocupa de dicha problemática, en algunos casos podría creerse que es un hecho inexistente para él, en apariencia permanece inmóvil alejado de la producción de los medios, por ejemplo los espectadores de radio y televisión.

Por lo contrario, los productores independientes reniegan la actitud pasiva ante los mensajes que se les hacen presentes, su necesidad comunicacional los aleja de esta actitud expectante y los motiva a ser miembros activos del medio con el que se involucran.

Los productores independientes, fueron determinados como *prosumers* por primera ocasión en la segunda mitad del siglo XX por el futurólogo Alvin Toffler en su obra *La tercera ola*, aunque la descripción de ésta figura la concentra en aspectos más enfocados a individuos económicamente activos, inmersos en un complejo aparato de intercambio, conocido como mercado. Toffler describe al *prosumer*



4. Alvin Toffler

como el individuo que consumía lo que producía, valiéndose por sí mismo para realizar tareas donde anteriormente requerían de un realizador especializado, confían en sus propios medios para satisfacer sus propias necesidades.

El término *prosumer* es un acrónimo inglés, formado por las palabras *Producer* (productor) y *Consumer* (consumidor), o sea un *prosumer* o *prosumidor* (como se formaría el acrónimo en español) es una figura productor–consumidor. Es de suma

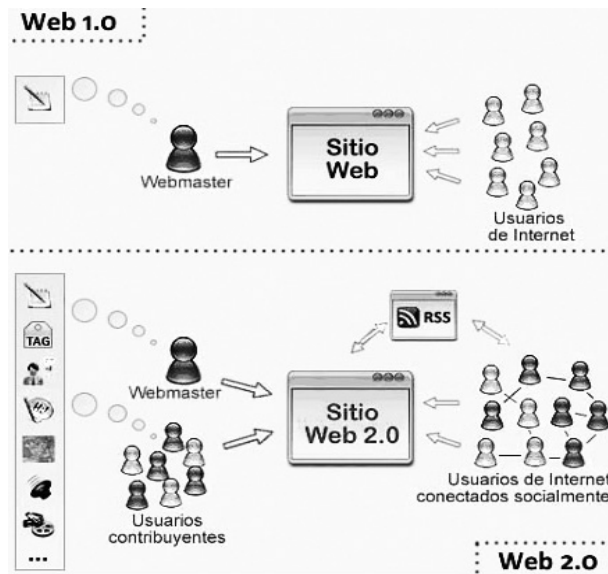
importancia dejar en claro que ésta no desempeña su labor únicamente en el área económica de la oferta y la demanda, en el mercado propiamente dicho, como lo plantea Toffler en su trabajo y por la asociación que se le da a las palabras “productor y consumidor”. Incluso, él sostiene que el *prosumer* es un fenómeno que surge por la inflación de precios, como una medida para satisfacer la ausencia de ingresos económicos. Aunque los términos hayan sido extraídos de ese contexto por Toffler, la acepción que se espera rescatar para el proyecto de investigación va más allá, reflejada en cuestiones relacionadas con la propia satisfacción de carencias.

Incluso Toffler refiere al acto de *prosumir* como un desarrollo económico que no genera ninguna ganancia monetaria, sino es una acción que beneficia al realizador de forma tangible. Por ejemplo, las personas en general trabajan para percibir una ganancia con la que puedan comprar alimento, si estos individuos se dedicaran a “prosumir” lo que harían sería generar sus propios alimentos en lugar de buscar a un intermediario que se los proporcione por medio de un intercambio. *Prosumir* en términos generales, dejando de lado lo económico, es satisfacer una necesidad sin recurrir a intermediarios, ser de cierto modo autosuficientes.

El futurólogo además menciona en su libro, que antes de la revolución industrial o lo que él llama *La segunda ola*, los individuos no tenían una tan marcada diferenciación entre el producir y consumir, el hecho que vino a re ordenar de forma muy evidente estas ideas fue, la industrialización, haciendo del público una “masa sólo destinada al consumo” concentrando el poder de producir contenidos y materiales en las grandes corporaciones, dejando de lado ciertas actividades

de la población, que se venían realizando tiempo atrás, por ejemplo su cualidad de generar productos para el uso propio o su cualidad de buscar la información que alimenta la opinión propia; con la llegada de la segunda ola, tanto las producciones como las opiniones se masificaron.¹⁵

Lo que realmente es importante entender es que un *prosumer* es productor y consumidor no sólo de materiales y productos tangibles, es un verdadero generador de ideas, por lo tanto también de información y datos, es una persona auto gestora que se involucra de manera activa en la conformación de su entorno, dando la pauta a un medio multidireccional, aportando mensajes con valor propio, bajo la idea de “hazlo tu mismo” un concepto que fue perfectamente bien aplicado anteriormente en el *fanzine*. Los realizadores del *fanzine* son perfectamente un ejemplo de lo que se quiere dar a entender por *prosumer*. Individuos que consumen publicaciones y a la vez lo producen para el uso de individuos parecidos a él.



5. Ventajas de los entornos Web 2.0 sobre la Web 1.0.

Los medios al alcance de las personas en general, actualmente han cambiado por los desarrollos tecnológicos y sociales que se han desarrollado en el campo de la comunicación, brindan más allá de las herramientas, el medio que en la actualidad da cabida a la figura *Prosumer*. En los medios digitales las comunidades virtuales y lo que se conoce como la Web 2.0 son en concreto los aparatos de comunicación a los que hago referencia. La era digital ha propiciado que la figura *prosumer*, antes concebida en la cultura underground, se

15 Toffler, Alvin, *La tercera ola*, Bogotá Pág. 268.

popularice en gran parte de la sociedad, haciendo prácticamente de cualquier usuario de la red un productor consumidor de información en potencia. Cabe aclarar que la Web, aportación de Tim Berners-Lee, por sí sola no es el factor determinante de la acción consumo-producción de la que hemos venido hablando, aunque las facilidades de difusión que ofrece son a todas luces innegables, por ejemplo, los *blogs* o bitácoras (un desarrollo atribuido a la Web 2.0) permitieron que usuarios no expertos en informática fueran capaces de publicar contenidos en Internet, sin la necesidad de un agente externo. La era multimedia que la Web sugiere, da la oportunidad al *prosumer* de incursionar en diversas áreas de la comunicación, medios escritos, auditivos y audiovisuales, por lo que la gama de posibilidades de desarrollo de mensajes y el alcance de estos es aún mayor que la que en su momento ofrecía el *fanzine*.

Al llevar su condición dual de productor-consumidor concretamente al área de la comunicación, el *prosumer* bien podría ser definido como emisor-receptor, lo que de primera impresión genera un conflicto, pues recordando el modelo de comunicación que Shannon y Weaver planteaban, se ve en esta figura, si no una nueva forma, un nuevo planteamiento para el modelo de comunicación en el área digital. Recordando el antiguo esquema los roles del proceso de comunicación estaban repartidos en tiempo y espacio, el papel del emisor y el receptor estaban otorgados en tiempo a entidades distintas, a diferencia de lo que ahora ocurre con el *prosumer* en la comunicación digital. Retomando la reflexión que Toffler menciona en su libro sobre la partición que la industrialización dio a los mercados, se puede asumir que el productor-consumidor, ha logrado la re-unificación del individuo que los procesos industriales seccionaron al masificar a la sociedad.

MODELO DEL PROSUMER (CONSUMIR Y PRODUCIR)

Para entender de mejor manera al *prosumer* se deben esclarecer los conceptos básicos de producción y consumo, esto ayudará a entender cómo es que el *prosumer* asume ambas acciones. Como se mencionó anteriormente, Toffler maneja que el acto de consumir y producir se percibe cuando comenzó la segunda era o lo que se conoce como la sociedad del consumo, puesto que anteriormente estas acciones se percibían como un ciclo que se llevaba a cabo por un individuo y no se observaban como actividades distintas, puesto que las personas consumían lo que producían, económicamente hablando, hasta que la industrialización provocó una ruptura en dicha práctica.

Retomando una definición muy sustancial, el acto de consumir es simplemente utilizar un producto o un servicio para satisfacer una necesidad de primer nivel o de segundo nivel (el primer nivel de necesidades, se concentra en las necesidades fisiológicas; en el segundo nivel de necesidades, se encuentran las que representan el bienestar y la seguridad del individuo), aunque hay otras cuestiones en el entorno de la cultura del consumo que ponen en entre dicho lo que respecta a los conceptos de necesidad y satisfacción que el acto “consumir” propicia, puesto que la proliferación de los grandes sistemas de producción, ha orientado a las masas a elegir dentro de una gama de necesidades condicionadas que se distribuyen en el medio, moldeando a los consumidores que asimilan los productos por medio de políticas orientadas a la integración de la sociedad a dicha necesidad; el objetivo no es el individuo consumidor, sino el sistema de valores de consumo de la sociedad. Por lo que “escoger” no sería una particularidad del término consumo y la idea de necesidad, que caracteriza al concepto consumir, está orientada a una satisfacción planificada por el productor.

Esta definición del consumo es muy orientada a efectos económico mercantiles, pero, consumir no es solamente el acto cumbre del capitalismo, es adquirir o utilizar algo que propicie un cambio en el consumidor, un individuo puede consumir energía y generar una actividad gracias a este consumo, se puede consumir arte, información, medios, etc. Y solamente los cambios generados en el consumidor son los que reflejan la validez de la definición consumir.

Según De Certau el problema trillado del consumo que se divulga en la actualidad, radica en la aparente pasividad del consumidor ante los productos que se le presentan, además de la unidireccionalidad y tendencia masificadora de los mensajes propuestos por los medios, puesto que propician que no se manifieste un individuo crítico con el producto al efectuar el consumo y en ese panorama el consumidor, se encuentra cada vez más limitado, menos integrado con el medio e incluso pierde relación con la procedencia, el desarrollo y entre otras cosas la calidad del producto que termina por consumir.

El niño garabatea todavía y mancha su libro escolar; aun cuando sea castigado por este crimen, se hace un espacio, firma su existencia como autor. El televidente ya no escribe nada sobre la pantalla del receptor. Resulta despojado del producto, excluido de la manifestación. Pierde sus derechos de autor, para volverse, pareciera, un mero receptor, el espejo de un actor multiforme y narcisista.¹⁶

Además de la poca relación que el consumidor tiene con sus consumos, se encuentra en un espacio donde es difícil diferenciar los productos generados con sus manos, de las producciones de los sistemas que acaparan los medios. A todo esto, los pocos individuos que a pesar de las trabas se aventuran a producir de manera independiente para el medio, incurren en una creación donde no se reconoce la autoría y resulta poco visible para el resto de los usuarios, puesto que los productos que se realizan por las grandes industrias dentro del sistema se muestran como la única posibilidad que acapara el medio para el consumidor promedio, presentando una competencia casi insuperable para los pequeños productores independientes.

Esto es resultado de la producción expansionista y centralizada que propicia un consumo caracterizado en el “*capricho de las ocasiones*”¹⁷ donde no se distingue un producto que se pueda asumir como propio, dejando el camino libre a las necesidades impuestas por los grandes productores.

Este fenómeno, se puede atribuir a la sistematización de las empresas, al mantener a los trabajadores concentrados en una especiali-

¹⁶ De Certau, Michel, *La invención de lo cotidiano I. Artes de hacer*, Pág. 37.

¹⁷ *Ibidem*.

dad, la mayoría de los generadores del producto de la empresa tienen un desconocimiento del consumidor, llegando a la absurda suposición de que un consumidor no posee la creatividad suficiente como para generar un producto y terminan haciendo creer a los consumidores de la “creación”, que la producción sólo puede llevarse a cabo en un laboratorio con dispositivos complejos operados por especialistas, (lo que resulta como un gran mito). La producción es engendrar o procrear, no se requiere un complejo sistema para desarrollar un producto.

El producir-consumir es una acción individualizada, genera una riqueza que se mide en términos que no competen a lo monetario y no solamente benefician al productor-consumidor sino a diversos individuos parecidos a él, *prosumir* es una acción que indudablemente se hace presente en el medio a base de diversos productos individualizados, originando la apropiación, la producción y el consumo por parte del usuario, puesto que la red de intercambio se encuentra sostenida por individuos similares a él.

Por ejemplo en el universo digital, un individuo requiere información sobre algún tema de su interés, por esta razón él recurre a un medio digital (internet) donde habitan usuarios que pueden auxiliarlo, uno de los sujetos de la red tiene la respuesta y la expone en el mismo medio donde el generador de la pregunta puede rescatarla, pero en lugar de aceptarla la reinterpreta al igual que otros usuarios del medio digital que no están satisfechos con la respuesta, juntos llegan a un resultado que satisface la duda del individuo por medio de otra clase de cuestionamientos a otros usuarios, dejando la respuesta a su cuestionamiento, inmersa en el medio, lista para ser extraída por otro usuario que tenga una inquietud similar, esta comunicación digital tiene como característica la interactividad. Con esto la persona que generó la pregunta no sólo se limitó a consumir una respuesta sino que ayudó a la producción del resultado, formando una cadena de transmisión de información, este resultado ejemplifica a usuarios dueños del medio.

ESQUEMA DEL MODELO DE COMUNICACIÓN DEL PROSUMER

Al introducir la investigación en el campo de los modelos de comunicación y desglosar la propuesta de Shannon y Weaver, surgió la inquietud por visualizar un esquema que explique el proceso de comunicación que el *prosumer* emplea, aunque más que un esquema es una especie de modelo abstraído.

Para recrearlo de primera instancia se tomó por base una fórmula que plantea Laswell para visualizar un modelo de comunicación útil, (se tomó como base dichos criterios, porque las investigaciones de Laswell, representan un importante escalón para las investigaciones de la comunicación), él proponía la precisión de un modelo con las siguientes preguntas:¹⁸

¿Quién. Dice qué. A quién. En cuáles circunstancias. Por cuál canal. Con qué fin. Y con qué efecto?

Si bien la propuesta no responde a todas las preguntas por su índole tan ambigua, se hizo cubrieron los puntos importantes, aunque, las preguntas - ¿Dice qué? Y ¿Con qué fin? Son unos cuestionamientos que no pueden llevarnos a una respuesta estandarizada aplicable a todos los usuarios de la comunicación digital. Se afirma que, por tal motivo el modelo de Shannon y Weaver, tampoco se concentra en cubrir dichos aspectos en su propuesta, se enfocan en cualquier mensaje independientemente de su significación.

El modelo que se propone, representa parte del proceso comunicacional de la figura *prosumer* dentro del universo digital, expone un esquema compuesto por tres elementos:

¹⁸ Galeano, Ernesto Cesar, *Modelos de comunicación*, Pág. 2. [Formato Web].

-*Prosumer*.

-Medio.

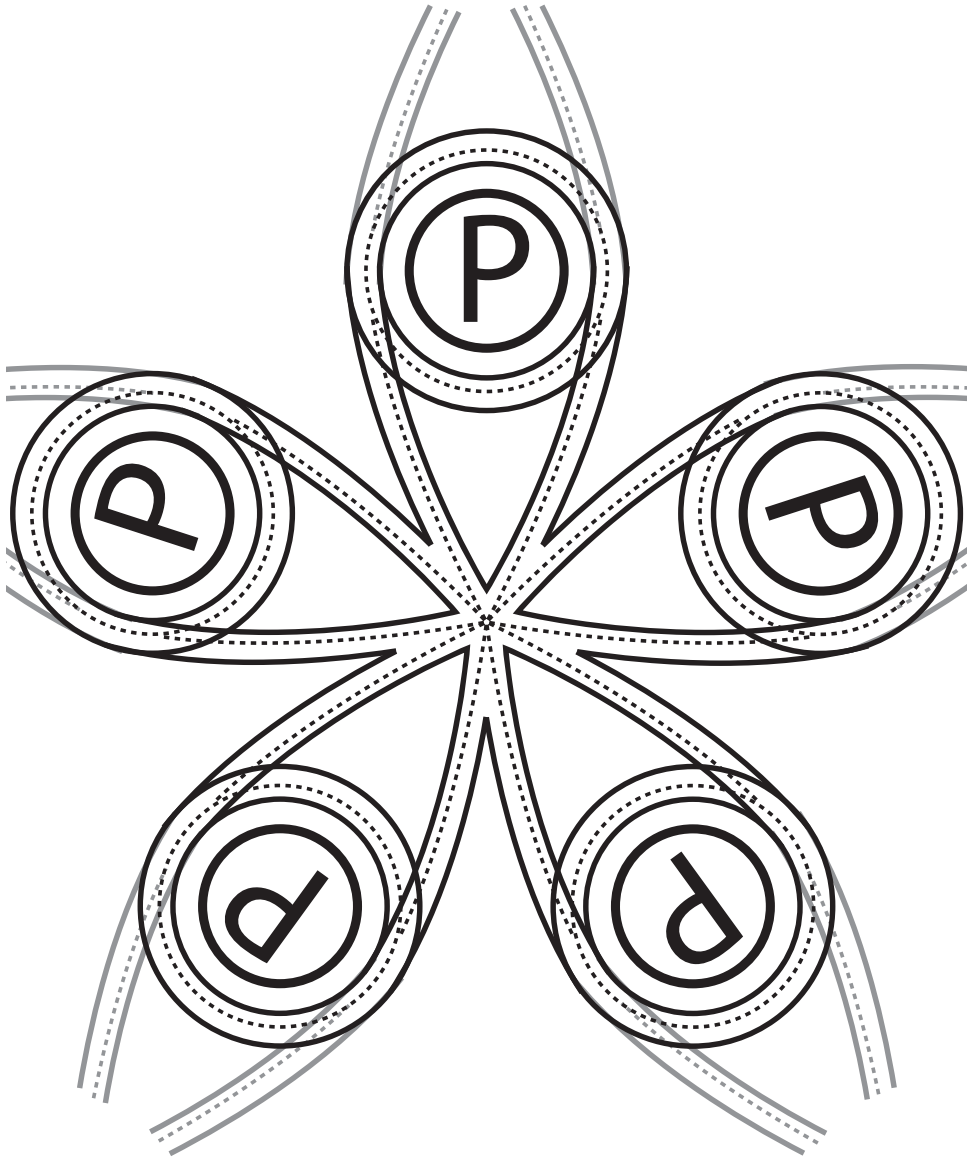
-Mensaje.

El *prosumer*: es emisor y a la vez el receptor del mensaje, constantemente se encuentra produciendo mensajes ya sea por retroalimentación o por iniciativa propia, es el encargado de movilizar el mensaje en el medio, por lo que se encuentra activo consumiendo y produciendo de forma cíclica. En el esquema está representado por la circunferencia con la “P” y las flechas que indican el movimiento.

El medio: es de vital importancia puesto que representa la plataforma que sostiene a todo el proceso de comunicación digital, es un medio multidireccional que sumerge al *prosumer* y al mensaje dentro de sí mismo, tiende a la expansión en la medida que los *prosumers* aumenten, pues los pequeños núcleos se encuentran ligados a otros núcleos. En el esquema es representado por la especie de flor que envuelve los círculos.

El mensaje: es generado o retomado por el *prosumer*, el cual a su vez propicia un movimiento de la información, nunca permanece estático y se regenera constantemente con las aportaciones de otros *prosumers*. Es representado en el esquema por la línea punteada.

El esquema es una propuesta que puede tener muchos cuestionamientos, incluso, de primera instancia, surge uno en particular, ¿dónde se encuentra ubicado, en este modelo, la intencionalidad del *prosumer*? Suponiendo que dicho cuestionamiento no puede ser contestado por medio de un esquema, no habría cabida para la estandarización esquemática de una intención. El esquema sólo es funcional, en el aspecto de que sólo refleja los puntos “generalizables” del proceso de comunicación digital.



Propuesta de esquema de comunicación del prosumer.

CONCLUSIÓN CAPITULAR

Este apartado, representa el espacio donde se caracteriza a la figura *prosumer*. Puesto que el término de primera instancia puede resultar un tanto ajeno al lector, se tomó la medida de ir construyendo el concepto desde sus inicios remotos en el periodo moderno, siempre caracterizado dentro del ámbito de los medios y la comunicación.

Para comenzar con la definición del *prosumer*, se inició a contextualizarlo dentro de la modernidad, la cual desprende las ideologías que permitieron la formación de su perfil. Que consisten en:

El surgimiento de la idea de libertad y autonomía ciudadana en los estados como identidad colectiva, que unifica la diversidad social en una ideología que llena los valores universales. La libertad y la autonomía trajeron consigo valores tales como la libertad de expresión, la cual hasta este momento estaba limitada a los aparatos hegemónicos. Y en este momento en particular, representó una nueva posibilidad para los individuos que permanecían al margen de las comunicaciones.

La modernidad dio paso al surgimiento del individuo y el desarrollo de distintas modalidades de familia, a partir de la concepción Judeo-Cristiana. La concepción de individuo atrajo consigo la idea de autoría, la cual tampoco estaba muy desarrollada en ese momento y menos dentro de los individuos que se encontraban al margen de los aparatos rectores de la comunicación.

A partir de este contexto ideológico es que se le otorga un valor social, a los bajos estratos de la sociedad (de donde surge nuestro objeto de estudio el *prosumer*).

Aunado a esto, comienza el auge del libro gracias al surgimiento de la imprenta, lo cual representa el papel de moldear la conciencia

civil para los medios de comunicación. Con la imprenta la posibilidad de brindar información accesible a la población representaba un hecho que era impensado con anterioridad.

Pero esta posibilidad comenzó a centralizarse en ciertas esferas que mantenían el control de las imprentas. Lo que ocasiono el surgimiento de medidas alternativas para la posibilidad de la información accesible, por lo que surgió el panfleto, que representó el primer material comunicacional realizado por un *prosumer*, por un individuo ubicado en los bajos estratos de la sociedad, que difundía mensajes en ocasiones contraculturales, sin un carácter profesional y sin alguna retribución económica aparente. Los Panfletarios, son el origen *clásico* (siglo XVII) del *prosumer*.

El uso del panfleto continuó por siglos, hasta que en el siglo XX adopto otro nombre y otro enfoque, tomando el nombre de *Fanzine*. El cual representaba un medio de expresión alternativa, al de los establecidos medios masivos de comunicación. Al igual que el panfleto, era desarrollado por personas que deseaban difundir sus mensajes entre la sociedad, pero ahora las temáticas eran muy variadas, y en su mayoría hablaban de temas referentes a la cotidianidad social.

Estos materiales históricos, fueron útiles para perfilar al la figura *prosumer* la cual definimos como un individuo que concentra el acto de producir y consumir información dentro de sí mismo, en acciones que son orientadas a la construcción de mensajes significativos para la sociedad en que se desenvuelven. El *prosumer* es un individuo autogestor, que se involucra activamente en los procesos de comunicación del medio en el que se desenvuelve, pudiendo desempeñarse en el ámbito radiofónico, literario o audiovisual. Renegando su actitud pasiva y expectante.

SEGUNDO CAPÍTULO
CULTURA AUDIOVISUAL

Los sistemas que han mediado entre el mundo y los humanos desde tiempo atrás, han favorecido al sentido de la vista y el oído, sobre todo en las sociedades occidentales, prueba de ellos son las pinturas rupestres que mantienen el sentido mágico de representación y los cantos e himnos de tribus que se perpetúan de generación en generación. En gran parte, la mediación de la humanidad y el mundo descansa sobre dos sentidos en particular, el visual y el auditivo.

En el capítulo anterior, se evaluaron los factores que encaminaron a la sociedad para que la figura *prosumer* surgiera como tal, tomando como referencia sus peculiares manifestaciones editoriales tales como el *fanzine* y el panfleto. Dado el desarrollo de los medios a través del tiempo y el creciente auge de los medios auditivos y visuales a finales del siglo XIX, es momento de adentrarnos en la comunicación audiovisual, para posteriormente encontrar al *prosumer* dentro de este rubro.

ANTECEDENTES HISTÓRICOS

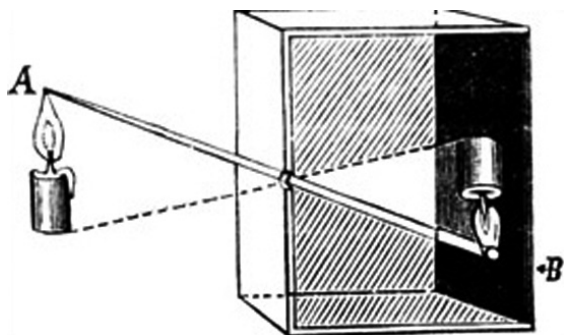
De la misma forma que abordamos los antecedentes del *fanzine* y el panfleto, desde la comunicación moderna, es pertinente conocer los instrumentos que hicieron posible el desarrollo de la cultura audiovisual, los usos, los orígenes y las relaciones que mantuvieron con la sociedad desde su creación.

Puesto que los desarrollos tecnológicos son consecuencia del estudio de las necesidades y el perfeccionamiento de los aparatos que las satisfacen, se desglosará el trayecto histórico de los inventos que se fueron utilizando en pro de la comunicación visual, que posteriormente cimentaron las bases para los medios bajo el objetivo de simular, disuadir o “engañar” cada vez de manera más perfecta a la vista y por consecuencia provocar la credulidad del espectador, por su puesto estos inventos revelan los usos y las costumbres de una sociedad, sus inquietudes, además de la búsqueda de la satisfacción de sus carencias y problemáticas. Innumerables inventores hicieron uso de artilugios y manipulaciones de imágenes para lograr lo antes mencionado.

El invento que podría ser reconocido como el precursor de la cultura audiovisual es la cámara oscura. Dicho instrumento se utilizó en sus orígenes como apoyo para examinar a detalle, paisajes o imágenes fijas, posteriormente fue utilizada para la captación y reproducción de imágenes. Se sabe que los chinos fueron los primeros en utilizarla, al igual que los griegos, aunque siglos después fue estudiada y perfeccionada por Leonardo da Vinci y Gianbattista Della Porta que añadió un lente para las mejoras del instrumento.

La estructuración y el funcionamiento técnico de la cámara oscura se produce debido a que es un especie de tragaluz, compuesta de una caja en total oscuridad con un pequeño orificio en una de las

caras permitiendo la entrada de la luz natural que reflejan los objetos y se proyecta en la cara opuesta, donde hay una pantalla ya sea de tela o de algún material traslucido que permita la proyección de la imagen.¹⁹

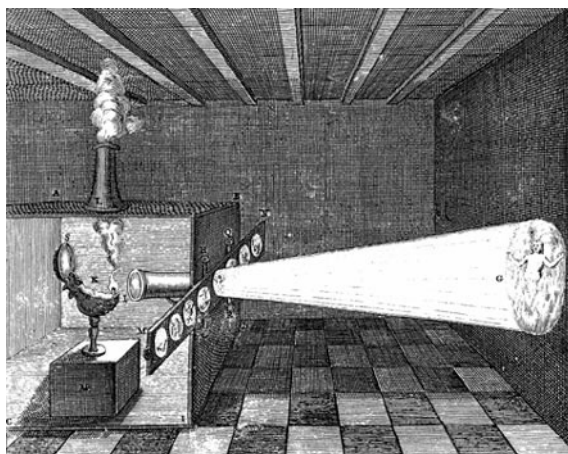


6. Funcionamiento de la Cámara oscura.

vento que en lugar de capturar la luz natural que reflejan los objetos, la proyecta de manera artificial, me refiero a la linterna mágica, la cual como se mencionó utiliza luz artificial y placas con imágenes pintadas en vidrio, proyectadas desde un instrumento similar a la cámara oscura. Se conoce que un danés de nombre Walgensten en 1650 inició una de las primeras sesiones al público de linterna mágica en Lyon y Roma, a él se debe la idea de superponer varias imágenes

El sistema que emplea la cámara oscura es en sí el que utiliza la cámara fotográfica que conocemos hoy en día, incluso este instrumento ayudó como modelo a Descartes para explicar la composición orgánica del ojo humano.

Haciendo uso de los fenómenos físicos ópticos y lumínicos, bajo un sistema que utilizaba una lógica similar pero en sentido inverso, se desarrolla un invento que en lugar de capturar la luz natural que reflejan los objetos, la proyecta de manera artificial, me refiero a la linterna mágica, la cual como se mencionó utiliza luz artificial y placas con imágenes pintadas en vidrio, proyectadas desde un instrumento similar a la cámara oscura. Se conoce que un danés de nombre Walgensten en 1650 inició una de las primeras sesiones al público de linterna mágica en Lyon y Roma, a él se debe la idea de superponer varias imágenes sobre una misma placa de vidrio. Aunque un contemporáneo del nórdico de nombre Ahtanase Kircher fue el individuo que expresamente, debido a sus amplios estudios de la cámara oscura, sustituyó el uso de la luz natural por la implementación de una fuente lumínica artificial en el invento.



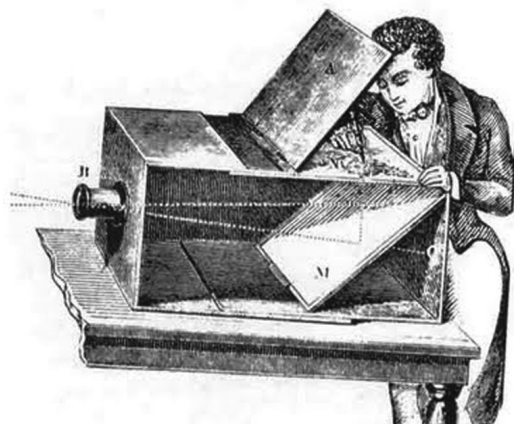
7. Linterna mágica.

movimiento a poleas interpuestas que contenían una placa de vidrio sobre la que estaban pintadas las aspas de un molino en movimiento, este instrumento es uno de los antecesores del cinematógrafo. Otro

Aunque fue Van Musschenbroek quien le dio un uso a la linterna mágica que es importante destacar, en 1725 mostró las primeras placas animadas por medio de una manivela que da

¹⁹ Perriault, Jacques, *Las maquinas de comunicar*, Pág. 28.

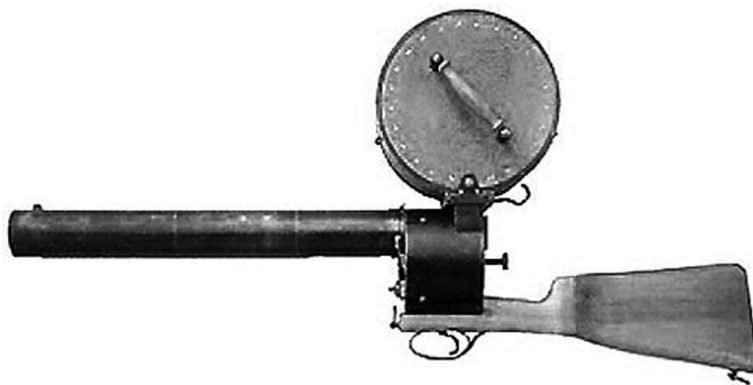
individuo que dio un uso destacable de la linterna mágica fue un maestro belga de nombre Gaspard Etienne Robert, reconocido por su espectáculo de fantasmagorías; en dicho espectáculo hacia uso de movimientos de la cámara y demás artilugios que presentaban ante el público un show, que más adelante fue retomado y reconocido como uno de los precursores del cine.²⁰



8. Cámara fotográfica de Niepce.

El desarrollo de la fotografía es evidentemente un perfeccionamiento de la cámara oscura, aunque cabe decir que entre estas dos hay varios inventos de por medio, pasando desde diversos sustratos como el vidrio, papel recubierto de huevo, diversos metales y piedras, hasta el perfeccionamiento de lentes que fueron implementando para tener una mejor nitidez en la imagen capturada. En 1816 por Niepce, del hallazgo de la cámara oscura ideó varias reproducciones. Posteriormente, Edward

Muybridge y Esteban-Jules Marey intenta descomponer el movimiento con un fusil fotográfico, del mismo modo un individuo llamado Janssen creó un revólver fotográfico, aunque es al primero al que se le atribuye la invención de la fotografía instantánea.²¹



9. Fusil fotográfico de Muybridge.

La fotografía, para Selva Masoliver representa el claro origen de los medios de comunicación de masas y simboliza el medio de una civilización establecida sobre la firme creencia en la tecnología, pues la foto se presenta como una reproducción de imágenes con

20 *Idem.*, Pág. 30.

21 *Idem.*, Pág. 32.



10. Fenakistiscopio de Plateau.

un grado de analogía muy cercano a la concepción de “normalidad” o “realidad”, una especie de dato testimonial objetivo de la “verdad”, como muestra tangible de la existencia de lo que se captura.²² Lo cual no necesariamente es cierto, pero esa discusión por el momento no compete a los objetivos de esta investigación.

Anteriores al nacimiento como tal del cinematógrafo se presentaron inventos que representaban movimiento por medio de la animación de imágenes, como ejemplo tenemos un físico llamado Joseph Plateau de Lieja que en el siglo XIX desarrolla el “fenakistiscopio” un círculo con imágenes que desglosan la animación de un objeto en su cara frontal y al girarlo dan la sensación de movimiento. En esa misma época aparecieron varios instrumentos basados en la rueda de Faraday simulando movimiento, por ejemplo un cilindro con orificios, que gira sobre un eje, que permitía ver imágenes a través de las ranuras del interior del cilindro. Otro invento parecido a los anteriores fue el teatro óptico desarrollado por Reynaud que consiste en una cinta continua sobre la que los personajes se encuentran plasmados con movimientos descompuestos. E. Muybridge en 1880 crea una batería de equipos fotográficos para capturar el galope de un caballo. Edison en 1894 con su invento kinetoscopio utiliza la fotografía para simular movimiento.



11. El cinematógrafo de los hermanos Lumière.

El invento de los hermanos Auguste y Louis Lumière presentado el 28 de diciembre de 1895 es sin lugar a duda una consecuencia de los inventos anteriormente mencionados. Se sabe que el 5 de febrero de 1894 en Norteamérica un hombre de nombre Le Roy realiza la primera función cinematográfica con su propio proyector en Nueva York aunque tiene un problema técnico con la secuencia constante de la reproducción de las imágenes, problema que fue solucionado por los hermanos Lumière al adaptar la cámara a una máquina de coser.

22 Adell Joan, Elies; Fecé Josep, Lluís; Guarné, Blai; Propios, Cristina; Selva, Marta; Solà, Anna; *Representación y cultura audiovisual en la sociedad contemporánea*, Pág. 440.



12. Alexandre
Alexeieff's
Night on Bald Mountain
(1933)

Posterior al cine y con un sistema de representación totalmente distinto a los anteriormente mencionados, Alexandre Alexeieff en Rusia años después a la invención del cine, a principios del siglo XX, propuso una pantalla de alfileres, donde las imágenes aparecen presentadas por miles de alfileres, un ejemplo que en su momento quizá no fue lo suficientemente reconocido, pero que requería de mucha dedicación puesto que las pantallas se elaboran una a una, sin lugar a dudas este invento prefigura para lo que posteriormente los medios digitales emplean como pixel.

Estos fueron los instrumentos que representan los antecedentes de la cultura audiovisual, si bien muchos de inicio no fueron empleados para la comunicación visual, fomentaron las bases para lo que conocemos como cultura audiovisual hoy en día.

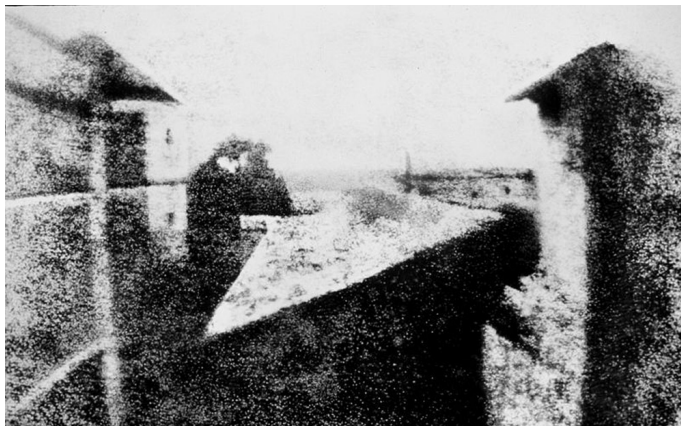
CONTEXTO CULTURAL DEL AUDIOVISUAL

Para delimitar una época en específico, comenzaremos a contextualizar al fenómeno audiovisual desde el nacimiento de la fotografía, para encaminar el proyecto hacia el contexto que vio nacer el fenómeno de la comunicación audio-visual.

Este acontecimiento es comprendido en un periodo entre finales del siglo XIX y la primera mitad del siglo XX, dentro de este lapso, concretamente nos enfocamos a los sistemas que propiciaron la cultura de masas; aunque como lo destacamos en el tema anterior, los instrumentos que dieron origen a los audio-visuales se comenzaron a desarrollar desde siglos atrás, la separación que se plantea a partir del establecimiento de la fotografía, busca distinguir las características de los medios que serán de utilidad para enfocar la investigación a una adecuada caracterización del audiovisual.

Remontándonos al periodo histórico, el marco sociocultural donde se dio el nacimiento de lo que hoy conocemos como fotografía nos remite a la misma época en que el socialismo comenzó a desarrollarse y no representa una coincidencia que se gesten ambos sucesos en una época similar puesto que la cámara fotográfica aunque surgió en Francia en un contexto capitalista, con el paso del tiempo se fue desarrollando como un medio democratizador para la sociedad de la época. Es por esto que la fotografía es considerada como un medio que preparó el terreno para los medios masivos de comunicación.

Al adentrarnos más atrás, a los orígenes “ancestrales” de la cámara fotográfica, nos encontramos con que fue diseñada por pintores y artesanos para reproducir ciertos tipos de imágenes, utilizaban este instrumento para tener una referencia controlada de los objetos que querían representar, Battista Della Porta describe a la cámara oscura como un instrumento que ayuda a la ejecución de perspec-



13. Punto de vista desde la ventana de Gras (1826) Primer Fotografía de la historia, por Niepce.

tivas y detalles gráficos; estas características en conjunto, de cierta forma produjeron en la conciencia de los observadores una noción de “naturalidad” de “sustitución de la realidad” por parte de la imagen producida por la cámara oscura, porque tiene una estrecha relación con lo que representa.

Como se mencionó la fotografía nace en Francia junto al desarrollo de la filosofía positivista de Comte, que aspira a un conocimiento científico exacto del mundo sensible “desmitificador” u “objetivo”. Por lo que la imagen fotográfica se ve como una representación de una porción de un espacio temporal, como una ventana de acceso al mundo, una representación de formas y cantidades, con la incuestionable relación de imagen-objeto. La propia imagen es una prueba íntima del pasado y representa una fuente normativa para el presente.

Resumiendo, la fotografía como el medio que marca las bases para los medios de comunicación de masas que conocemos, surge de una civilización democratizada establecida sobre la firme creencia en el conocimiento objetivo apoyado en la tecnología y la ciencia. Esta información nos presenta una base para caracterizar al medio primigenio de los medios que buscamos conocer en este apartado. Dado que es muy probable que estas ideologías expuestas, puedan verse reflejadas en los medios posteriores, como el video que es el medio base de nuestro objeto de estudio. Probablemente el videotutorial al igual que la fotografía, se expresa inconsciente o conscientemente como un medio ligado a una mirada objetiva. Por ende la fe ciega que algunos usuarios le depositan, al buscar en este medio una figura seria que les brinde enseñanza, pero debido a esta reflexión, podemos percatarnos, que esa fe no se fundamenta en la cultura digital, sino desde la creación de la fotografía.

Tiempo después, el cine, surge en medio de una serie de profundos cambios producidos en el terreno de la visión durante el siglo XIX, el

peso que las corrientes filosóficas positivistas que la época colocó sobre la cultura junto a los hallazgos tecnológicos, propiciaron una transformación de la mirada clásica de la figura del observador y de las formas de representación (hay que hacer notar que la fotografía y el cine, nacieron bajo el cobijo de los mismos ideales que contextualizaron aquella época). Como se mencionó al perfilar a la foto, esta nueva forma de mirar encamina la idea de visión objetiva del mundo exterior a otro plano, puesto que busca fortalecerse en una mirada exploratoria, indispensable para la comprensión de los fenómenos del mundo. Aunque es por todos conocido que el medio cinematográfico debe su lugar en la sociedad por su incursión en el material de ficción más que en la parte informativa o documental.



14. Toma de los hermanos Lumière, los obreros saliendo de la fábrica.

El cine aparece en un momento de transición entre el imaginario romántico y el emergente cientificismo positivista que utilizaba a la visión como base necesaria para el análisis del entorno. Por esta razón el cinematógrafo para el público en general y en mayor medida para los científicos representó un medio que transmitía “realidades” por la “veracidad” y “naturaleza” con que se representaba sus imágenes. Nuevamente, aquí cabe la reflexión referente a la importancia de las características de los medios predecesores sobre el videotutorial, al igual que la fotografía, el cine era catalogado como transmisor de verdades, transmisor de realidades en siglo XIX, me parece que en el siglo XXI en plena era digital, los espectadores de audiovisuales en general, seguimos manteniendo esta creencia en que los medios son transmisores de una veracidad irrefutable, los videotutoriales, creo que continúan cargando con esta fe ciega propia de todo medio audiovisual, de que son un transmisor de realidad, veracidad y naturaleza.

Posterior al cine, el medio que tuvo un gran momento en la cultura a principios del siglo XX fue la radio. Cabe destacar que el radio

no es un medio propiamente audiovisual, pero lo retomamos porque además de que, si es, un medio auditivo, en muchos aspectos, como la difusión y el carácter masivo, cimentó las bases para la televisión. Al igual que la cámara fotográfica, el aparato radiofónico surge como una consecución de diversos hallazgos, desde los alcances en la telegrafía, hasta la medición de ondas electromagnéticas por Heinrich Hertz. El radio vio su primera emisión entre 1914 y 1916 en Nueva York, se consolidó como el medio que dio cabida a la comunicación interpersonal y la comunicación de masas. El invento fue de gran utilidad en el comercio pero dio lo mejor de sí en el periodo de guerra.



15. Familia de principios del siglo XX, escuchando la radio.

Más adelante, inmersa en una especie de reestructuración social la televisión ve sus primeras importantes emisiones públicas, en una época totalmente distinta a la del cine. El medio se establece como un encargado de los temas de la sociedad, los temas de actualidad y todo lo relacionado con lo que forme parte de la cotidianidad del público espectador, trivializando su contenido.

En aquel momento la producción estética se integró a la producción general del comercio: la frenética urgencia económica por producir nuevas líneas de productos de apariencia cada vez más novedosa le asignó una función y una posición estructural esencial cada vez mayor a la innovación y la experimentación estética. El aparato televisivo aparece en una época donde el aquí y el ahora es lo más importante, el vivir al día, por lo que las transmisiones reflejan siempre un presente inmediato, evidente, irrefutable.

La televisión surge en una era donde se buscaba una unificación o masificación, como ejemplo claro tenemos, el hecho de que el medio fue muy utilizado por los poderes en esa época para fines particulares. Es quizá por esta razón que la televisión es el más representativo de los medios de comunicación de masas. Delante del televisor cada espectador se siente todo el mundo, encarna el juicio de la sociedad, se dirige al espectador, como entidades iguales, por ello encender el aparato receptor resulta un hecho despersonalizante.

Con el pasar de los años se desarrolló una tecnología que fue muy bien aprovechada por la televisión, conocida como, el video, surgido a principios de los años sesentas, en su momento fue utilizado para las transmisiones diferidas de televisión. Aunque la verdadera tras-



16. Telespectador.

La popularización del invento se dio en el año de 1968 por la corporación Sony poniendo al alcance del público una cámara portátil de video, con este lanzamiento se brindó una gama de oportunidades de expresión a los consumidores en general, desde registrar experiencias cotidianas, eventos familiares y sociales, además de que amplía las posibilidades expresivas, renueva las formas de transmitir información entre otros muchos usos. Y es aquí donde revelamos una parte de nuestro objeto de estudio, en el video, que es un medio, simplemente al alcance de cualquier usuario. Esa característica, por ahora es la

que destacamos, con el video se comenzó a propiciar una especie de democratización de la producción de audiovisual, lo cual en esencia, es trascendente ubicar en nuestra investigación, puesto que los videotutoriales, se caracterizan por su aspecto democratizante, al alcance y apto para casi todo público. Sin duda parte de su éxito actual, es que se encuentra, a la mano de todos los usuarios y esta bondad, comenzó a gestarse, precisamente con el medio videográfico.



17. Cámara de video de los años 60's.

En resumen el contexto del audiovisual sin duda destaca por la búsqueda de una clara integración social, el valor que se le dio a los medios que se implementaron en esa era, se concentra en fomentar e implementar la cultura de masas, además de una especie de democratización de la información, inyectándole un peso muy grande a la imagen con la importancia que se le da en la cultura, además de las nacientes corrientes filosóficas positivistas, que tienen una influencia considerable en todos los aspectos de la sociedad.

AUDIOVISUAL

La unión de los términos auditivo y visual formaron la palabra audiovisual a principios de los años treinta en Estados Unidos, el surgimiento se dio, debido a la invención del cine sonoro y las primeras experiencias televisivas. Entenderemos por audiovisual al conjunto de los modos de organización artificial de la imagen y el sonido que utilizamos para transmitir ideas o sensaciones por medio de secuencias en un intervalo de tiempo donde los contenidos icónicos prevalecen, con el fin de superar los obstáculos que la comunicación supone en el tiempo, el espacio y la materia²³



18. Estudio enfocado a la producción audiovisual.

Con el desarrollo de los medios de comunicación y la necesidad de unificarlos bajo un solo término, se amplió la cobertura del concepto audiovisual para abarcar a los medios que utilizaban o simplemente el audio o solamente lo visual, por eso es que la radio o las diapositivas entran dentro de los terrenos comprendidos por lo audiovisual. (Por lo que la reflexión que se dio respecto a la trascendencia del con-

texto histórico de la fotografía en el videotutorial, no es del todo errónea). El término audiovisual, abarca a todo lo perteneciente o relativo al uso simultáneo o alternado de lo visual y/o lo auditivo, a los elementos que tienen las características propias para la captación y/o difusión mediante imágenes y/o sonidos.²⁴

23 Rodríguez, Angel, *La dimensión sonora del lenguaje audiovisual*, Pág. 23.

24 Cebrian Herreros, *Mariano Información audiovisual*, Pág. 53.

Por otro lado, lo audiovisual y todos sus derivados se enmarcan dentro del mismo campo sensorial, mantienen en común su relación con los aspectos perceptivos, pero el audio y lo visual separados representan una percepción distinta, porque el mensaje lleva cargas semánticas diferentes, como ejemplo, una comparación entre las claras diferencias de un mensaje radiofónico y un mensaje compuesto por el diaporama, ambos medios hacen uso de técnicas totalmente distintas para remitir al espectador a un estado cognitivo deseable. El audiovisual al ser la unión de estos dos, contiene una yuxtaposición que se diferencia claramente del sonido y de la imagen por separado, creando nuevas sensaciones, de cierto modo enriqueciendo el mensaje, aunque es claro que en nuestra sociedad se tiene una credibilidad mayor en la vista que en cualquier otro sentido.

El abarcar la temática audiovisual, para el proyecto de tesis, por ahora nos ha arrojado una aclaración útil, el mensaje emitido de forma audiovisual, mantiene una carga semántica, distinta a lo que mensajes auditivos y visuales puedan hacer por separado. Hasta este momento se ha explicado solamente, la figura del *prosumer* a través de medios impresos y el definir al audiovisual, es de suma importancia, puesto que nuevamente se mantiene una clara sospecha de que, hacer mensajes audiovisuales, conlleva a otra clase de resultados. Por el momento la investigación nos ha dado motivos para creer que nuestras sospechas son fundadas.

SISTEMAS AUDIOVISUALES

Entendemos por sistema a una totalidad organizada por un conjunto de elementos en determinada disposición que interactúan entre sí y con su entorno, su funcionalidad es producto de la interacción de sus partes. La palabra sistema se refiere al aspecto particular holístico de una única cosa, contiene propiedades de autorregulación que tienden a adaptar al sistema con su medio y a mantener constantes sus puntos internos. Un sistema debe cumplir con los siguientes aspectos:

- El comportamiento holístico evidente.
- Contar con distintas partes y que estas mantengan una interacción entre sí.
- El modo de interacción entre sus partes debe dar como resultado el comportamiento holístico.

Sólo puede entenderse algo como sistema si se puede distinguir en él cualquier propiedad holística especial que no se explica sino en términos de interacción dentro de un todo.

Por estas razones podemos asegurar que existe un sistema audiovisual, él cual está formado por dos subsistemas el auditivo y el visual, la conjunción de ambos integran la información simultánea percibida por el oído y por la vista, la unión se produce por la síntesis de los subsistemas para producir uno diferente, el nacimiento de otro sistema mediado por diversos aspectos, ahora propios del emergente sistema audiovisual, por ejemplo el técnico, el narrativo, el estético, etc... que orientan el sentido de los subsistemas.

Según Cebrian, los subsistemas que componen el sistema audiovisual son cuatro:²⁵

-Subsistema de la realidad sonora: Integra todas las realidades sonoras, comprendidas en cuatro componentes; subsistema de expresión oral, subsistema musical, subsistema de ruidos y subsistema del silencio.

-Subsistema de la realidad visual: Incluye los subsistemas relacionados con la vista y la percepción visual, aquí se incluye el subsistema del lenguaje escrito.

-Subsistema combinación del auditivo y visual: Vincula los integrantes de los dos anteriores su alternancia y su integración.

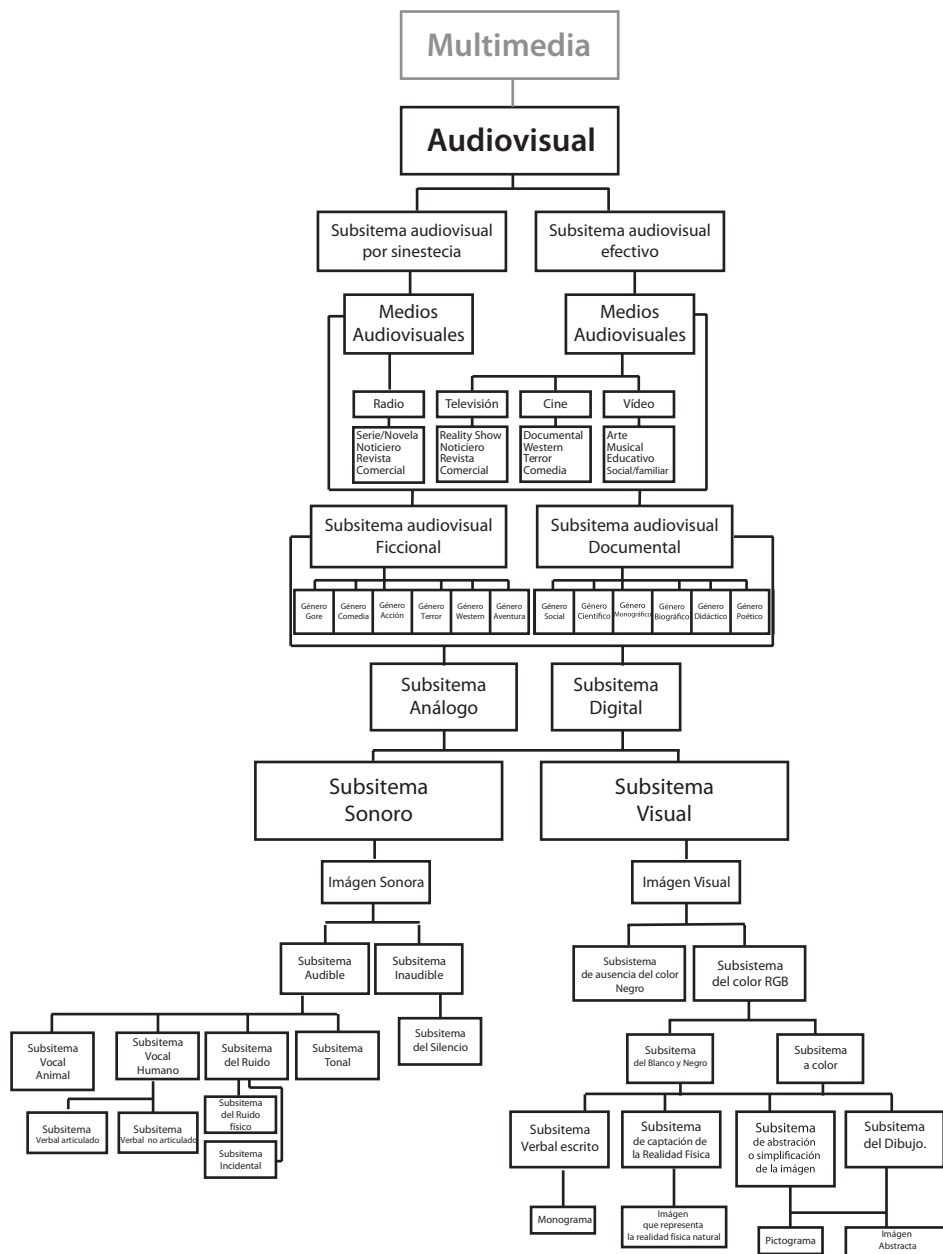
-Subsistema de transformación técnico-narrativo audiovisual: Se incluye lo referente a la selección visual y sonora del producto, al movimiento de cámara, la narrativa, el tiempo y el montaje.

El sistema audiovisual es el conjunto de subsistemas que se relacionan por su funcionalidad e integración, no por su carácter autónomo. Es englobador y concreta todas las relaciones posibles entre sus subsistemas.

Lo audiovisual como sistema semántico es un vehículo de la información y como tal no sólo transporta sino que modela el mensaje, pasa a ser parte integral de él. Prueba de esto es que además de la constitución sensorial del audiovisual que estimula al receptor, se encuentra otro aspecto que es de suma importancia destacar; su naturaleza icónica, el mensaje audiovisual ofrece una mayor aproximación a la realidad debido a la semejanza que establece el signo icónico entre la representación y el referente, haciendo uso de los subsistemas que lo conforman.

El sistema audiovisual es enriquecido por una gran cantidad de subsistemas, en eso radica su pregnancia en la sociedad. A continuación se presenta una propuesta de esquema que ejemplifica el sistema audiovisual, basado en un esquema que propuso Cebrián Herreros.

25 *Idem.*, Pág. 72.



COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL

Antes de reflexionar acerca de la producción audiovisual del *prosumer* es necesario esclarecer lo que respecta a la comunicación audiovisual y entenderla como un complejo sistema, compuesto de un “lenguaje”, mensaje y narrativa, entre otros muchos aspectos. El hecho de que se aborde la comunicación audiovisual, es orientada a la sospecha de que el mensaje audiovisual, abordándolo en un aspecto global, contiene una carga semántica propia de su sistema. Por lo que expresar un mensaje, audiovisualmente, le da un sentido particular, distinto a otra clase de mensaje, como el impreso, por ejemplo. Y esta distinción radica justamente en lo que la comunicación audiovisual aporta a los mensajes que son dirigidos por esta vía.

Para esclarecer que se entiende por comunicación audiovisual, inicialmente debemos tener claro el concepto de comunicación, para esto echaremos mano de un especialista en las comunicaciones, Umberto Eco, el cual nos dice que es un proceso que se hace responsable del paso de una señal de una fuente, a través de un transmisor, a lo largo de un canal hasta un destinatario. Por su parte la comunicación audiovisual es aquella que se vale de un mensaje (imagen-sonido) vertida en una representación discursiva por un realizador que plantea una intención, que se expone ante la respuesta interpretativa del receptor.²⁶

Además para realizar el proceso de comunicación audiovisual es imprescindible llevar a cabo una serie de procesos técnicos referentes a la producción del mensaje, como las implicaciones que conlleva la realización de la imagen en movimiento y por su puesto lo referente al sonido. Se refiere concretamente a los movimientos de cámara, montajes, composiciones gráficas y demás.

²⁶ García Jiménez, Jesús, *Narrativa audiovisual*, Pág. 423.

Dejando de lado los procesos prácticos, la comunicación audiovisual presume de regirse bajo su propio “lenguaje audiovisual” y se asume como un sistema que presuntamente opera de manera gramatical el mensaje, también se toma como un espejo que refleja un naturalismo físico, materializado y regido por el autor, aunque el reconocimiento de la autoría en el caso de la televisión y el video se desvanezca un poco, por la poca identidad que en ocasiones, llega a tener los realizados de estos medios, el renombre de ser autor de un audiovisual cinematográfico, no se compara con la autoría de un producto televisivo o uno de video, dado que es más reconocido el estilo y el criterio de un director de cine.

Los puntos nodales para la comprensión de la comunicación audiovisual descansan en gran medida sobre lo que algunas personas conocen como lenguaje audiovisual, el mensaje audiovisual y la narrativa audiovisual, las cuales desglosaremos en seguida.

LENGUAJE AUDIOVISUAL

En la comunicación audiovisual, al observarse las representaciones icónicas, se ha asumido la existencia de un lenguaje audiovisual, pero debemos desmentir este hecho, puesto que para que se pueda reconocer que los materiales audiovisuales estén regidos por un lenguaje hace falta cumplir algunos parámetros que caracterizan a dicho sistema y ciertamente el lenguaje audiovisual no los cumple. Para que se demuestre la existencia de un lenguaje se deben cumplir tres aspectos:

-Finitud de los signos

-Posibilidad de incursión en el repertorio léxico.

-Precisa determinación del conjunto de reglas que rigen su articulación.

El lenguaje audiovisual no cumple ninguno de los anteriores puntos.²⁷

Un lenguaje es un medio de expresión que supone un desarrollo temporal de un sistema cualquiera de signos teniendo como objeto la organización de este sistema para expresar o significar ideas.²⁸

Un audiovisual es un sistema de signos y símbolos, una serie de imágenes y sonidos que tienen como objeto describir un suceso, pero éstas como tal no podrían comprenderse como signos, como en el caso de las letras del abecedario, el plano audiovisual es una representación de una realidad natural sujeta a una ambigua significación cultural, por lo que un plano no tiene comparación alguna con una

²⁷ *Idem.*, Pág. 17.

²⁸ *Idem.*, Pág. 20.

palabra o un enunciado, no representa una unidad además esto es lo que respecta a la imagen, recordemos que el audiovisual está compuesto de sonido e imagen por lo que tendríamos que ubicar una unidad significativa que contenga a ambos, lo cual es imposible.

A pesar de que una de las características principales del audiovisual es su similitud formal con el mundo físico, es decir, con la información generada por el entorno sin intervención consciente del hombre; la información transmitida mediante un audiovisual solamente simula de forma artificial las perturbaciones físicas del entorno humano, nunca como signos concretos, sino re-presentaciones. Esta particularidad propia del audiovisual, no debe dejarse a la deriva, puesto que extrañamente, parte de la sociedad que se encuentra inmersa dentro de dicho universo, en ocasiones, pierde de vista el hecho de que lo que se muestra detrás de una pantalla es una nueva presentación, de la realidad, no es la realidad en sí misma, sino una matización de ésta, por medio de sonidos e imágenes que nuevamente no pueden comprenderse como signos. Por lo que se pueda asegurar, que el video tutorial, como audiovisual, presenta testimonios matizados.

Ahora sabemos que no es posible aseverar la existencia de un lenguaje audiovisual, lo que si podemos asegurar es que si cumple los aspectos que denotan el carácter de sistema, tiene un comportamiento holístico, sus partes mantienen una integración entre sí y su comportamiento holístico es dado por la relación de sus componentes, esas son las características de sistema que se mencionaron en temas anteriores, por lo que en adelante se referirá a lo que algunos autores conocen como lenguaje audiovisual, como sintaxis audiovisual.

El sistema audiovisual es un conjunto de recursos expresivos artificiales, articulados por una diversidad de sistemas que estimulan parte del aparato sensorial del hombre, generando percepciones muy similares a las que producen las informaciones que provienen del mundo físico.

Lo que supone que el fundamento con el que se gesta el mensaje audiovisual es la manipulación de un sistema de recursos narrativos que permiten emular a voluntad múltiples sensaciones que se suelen producir en el entorno real natural. Habrá que mantener cautela al aseverar que el sistema audiovisual pueda emular el mundo que habita el hombre, puesto que inicialmente la pantalla en donde es proyectado el audiovisual es bidimensional, además la imagen mantiene un encuadre, por la que sólo nos muestra esa parte del mundo físico, el resto del espacio queda fuera del campo de visión de la cámara y finalmente es innegable que el entorno que compone la imagen amerita una serie de tratamientos para dar los resultados que se esperan. Aquí encontramos esa serie de limitantes que caracterizan a un mensaje audiovisual, que definen la parte mediática del mensaje expreso en el video tutorial.

Entendido lo anterior habrá que precisar que los audiovisuales al presentarse ante el espectador como un contenedor de ideas, mensajes e historias, requieren en la mayoría de los casos de una composición que de continuidad, concordancia y que articule las imágenes visuales y acústicas con los elementos portadores de significación para generar el discurso que mantenga al material audiovisual.

La narrativa audiovisual es la encargada de la tarea anteriormente mencionada, aunque habrá que decir que es un término genérico que engloba diversas acepciones, bien puede referirse a un sistema semiótico que impone consideraciones específicas para el análisis y construcción del filme, también equivale a la forma de contener al discurso de las ideas, historias o emociones dentro del producto audiovisual, a lo cual refería con anterioridad, incluso el término engloba al conjunto de la obra narrada con referencia a un autor en específico, una escuela o una cultura.

(...) el sentido más específico que recibe la Narrativa audiovisual es (...) ordenación metódica y sistemática de los conocimientos, que permiten descubrir, describir y explicar el sistema, el proceso y los mecanismos de la narratividad de la imagen visual y acústica fundamentalmente, considerada la narratividad, tanto en su forma como en su funcionamiento.²⁹

La narratividad del sistema audiovisual, se configura como un instrumento orientado a solucionar los problemas de interpretación derivados de la diferencia que existe entre la percepción directa del autor de la realidad natural y la percepción de las formas audiovisuales que representan. Haciendo uso entre otras cosas del discurso, el cual se reconoce como un flujo de imágenes, sonidos y otros aspectos cargados de significación, que asume la función de configurarlos para dar un significado coherente a la intención comunicativa de la cual surge.

La imagen y el sonido mantienen tres características al establecer una secuencia narrativa, de acuerdo a lo que García Jiménez nos dice en su libro *Narrativa audiovisual* son: el orden, la duración y la frecuencia.³⁰

Ningún audiovisual estructurado coherentemente, escapa de estas particularidades, la estructuración del mensaje audiovisual, conlleva estos aspectos, que incide en la producción del mensaje, en el desarrollo de videotutoriales.

La caracterización del mensaje, es una de las formas que estamos utilizando para definir al video tutorial, pero existen otras formas, como ir delimitando sus características por medio de tipologías, las cuales serán definidas en el siguiente tema.

²⁹ *Idem.*, Pág. 14.

³⁰ *Idem.*, Pág. 16.

GÉNEROS AUDIOVISUALES

Hacer una tipología del audiovisual, es un quehacer indispensable, para delimitar nuestro objeto de estudio, puesto que la gama de aspectos que el audiovisual abarca, ya pudieron ser expresos en el esquema anterior y abarca muchas temáticas de diversas índoles. El video tutorial es un producto audiovisual, de relativa incursión en dicho universo. Aunque, su aspecto didáctico ya había sido expuesto en otras clases de audiovisual anteriores a su introducción en la cultura. La tipología audiovisual, nos será de mucha ayuda para ir delimitando las características de los antecesores inmediatos de nuestro objeto de estudio, el video tutorial. E incluso, puede ser indispensable para la definición del mismo.

El término género con anterioridad se utilizaba sólo para las diversas formas literarias (épico, lírico y dramático), con la industrialización y la producción en masa se comenzó a popularizar la clasificación en base a los imperativos del comercio. Tenemos por entendido que el género funda criterios concretos de clasificación, aunque no se debe perder de vista que no están exentos de ambigüedad y arbitrariedad puesto que remiten a clasificaciones producto de fenómenos o hechos sociales, en ocasiones desarrollados en un contexto que no tiene una relación expresa con la particularidad que se busca clasificar, tal es el caso de los géneros literarios aplicados a la música, al cine, a la pintura, etc.

Lo que deja de manifiesto que los parámetros que se utilizan para desarrollar los géneros son relativos al contexto cultural, que pueden ser utilizados para designar diversas manifestaciones que difieren en sus modos y sus formas. Los géneros son una representación manipulada del mundo real, Roman Gubern dice que todo género es por definición un estereotipo cultural.³¹

³¹ *Idem.*, Pág. 423.

En el ámbito de las comunicaciones, el funcionamiento del género en los últimos tiempos ha sido el de establecer distinciones tanto entre formas de comunicación de masas como en el seno de cada una de ellas. Aunque cabe destacar que, la diferencia entre los géneros no tiene límites tajantes y muchos tipos de obras no se dejan clasificar, o encajan en más de uno.

Para conocer una tipología que responda a los objetivos de investigación de esta tesis se dará un listado de las funciones del género en el ámbito de los audiovisuales del libro de García Jiménez³²:

-Cognitiva: Actúan como sistemas de reconocimiento y ayudan a la identificación de los relatos audiovisuales.

-Taxonómica: Permite distinguir y clasificar conjuntos de relatos.

-Iconológica: Subraya el compromiso de la narrativa con el contexto y su condición de síntoma o símbolo de una cultura dada.

-Poética: Contribuye a la creación narrativa, proporcionando referencias acerca de los elementos del contenido de la historia que adquieren valor antonomástico en cada género. Una vez identificado el género esos elementos-tipo se convierten en criterios constructivos.

-Sistémica: Las regularidades de género hacen previsible el sistema narrativo.

-Pragmática: Los géneros hacen más legible el texto porque contribuyen a re conducir el conjunto de expectativas de los destinatarios.

-Hermenéutica: Hacen el texto narrativo más legible y comprensible en la medida en que se ven validadas las expectativas del consumidor.

-Estética: Permiten establecer una verosimilitud propia de un género particular. Existe un efecto del género que actúa diacrónicamente por la permanencia de un mismo referente diegético y por la recurrencia de escenas típicas.

-Ideológica: Cada género es el indicio de una particular visión del mundo y en cuanto tal aparece cargado de determinados valores. El género ejerce su función ideológica por ser un constructo cultural que tiene una doble dimensión histórica y antropológica.

³² *Ibidem.*

Este listado ejemplifica de buena forma la influencia que la clasificación del discurso genera al concentrarse en géneros, pasando desde valores agregados prácticos, hasta la creación de nuevos criterios para el desarrollo del discurso audiovisual, llegando a establecer al género como una particular forma de contar historias, con normas y estatutos claros, difíciles de pasar por alto, incluso hasta llegar al punto de influir en las expectativas de los productores audiovisuales. Es por ello que resulta indispensable, ir definiendo cual es el género en el cual puede estar comprendido el video tutorial, por la influencia que podría marcar el hecho de ser realizado bajo cierto tipo de producto audiovisual. El punto en este tema, es que todo parece indicar, que el hecho de que un audiovisual este realizado en la línea de cierto tipo de género, pre-dispone al producto a comportarse de cierto modo. Por lo que hay que continuar tipificando a los productos audiovisuales.

En lo que respecta a los medios de comunicación audiovisual, el que posee un desarrollo muy conocido en su clasificación es el cine, consta de una considerable diversidad de géneros, avalados con criterios muy diversos, caracterizados por singularidades de los productos cinematográficos, tales como su carácter estético, su carácter morfológico, el tiempo de duración del producto audiovisual, entre otros tantos. De esta forma podemos decir que los géneros también han sido de utilidad como guías perceptivas de las expectativas estéticas de los productores³³. Entenderemos al género cinematográfico como un grupo o categoría de películas similares, que comparten una serie de elementos formales y temáticos que lo definen.

Esta es la más evidente división de géneros cinematográficos:

Ficcional:

Consiste en un argumento dramático, basado en hechos reales o fantasiosos, consta de un inicio, un desarrollo, un clímax y un final, el producto cinematográfico ronda alrededor de un conflicto y su objetivo es darle una solución, es del todo subjetiva. Meliés es el padre del género. Los subgéneros ficcionales son muy bastos y se clasifican de acuerdo a su contenido, a su desarrollo estético, a su duración, al contexto en el que fueron realizados, a su autor, a la forma en la que fue elaborada, etc. No se profundizará en la diversidad de géneros ficcionales que existen dentro de la cultura cinematográfica puesto que no se encuentran dentro de los objetivos de esta investigación.

Documental:

Aunque fue considerado como un movimiento estético y social desde el nacimiento del cine, en la actualidad es uno de los géneros cinematográficos mejor definidos. Su propuesta está sustentada en la

³³ Darley, Andrew, *Cultura Visual Digital*, Pág. 213.

cámara y el realizador, como testigo, testimonio y actor de la realidad. Con esta pequeña descripción, se puede asegurar que el video tutorial, es justamente un audiovisual documental, puesto que a diferencia del género ficcional, cumple con ciertos aspectos, tales como el discurso testimonial que se expresa claramente en sus contenidos. Aunque ciertamente, la tipificación aún puede llegar más profunda, puesto que el género documental abarca distintos aspectos que nada tienen que ver con nuestro objeto de estudio.

19. Audiovisual ficcional, video corporativo.



Se pueden obtener subgéneros que se determinan ya sea por su contenido o su modo de realizarse, como ejemplo y ejercicio de primer acercamiento al género se hará uso de una tipología del cine documental hecha por Michael Rabiger:³⁴

El criterio que utiliza para la primera parte de su clasificación es en base al “punto de vista”:

-Documental Omnisciente, abarca las constantes de la vida humana además de su comportamiento.

-Documental de Personaje interno, el personaje se encuentra como el centro del film y se utiliza su mirada subjetiva como forma de abordar la problemática.

-Documental de múltiples personajes internos, es una serie de diversos puntos de vista que construyen el film a base del confrontamiento de opiniones.

-Documental Personal, en esta clase de film el director hace uso de todos sus recursos para exponer su opinión de manera totalmente subjetiva y abierta.

³⁴ Miquel Francés, *La producción de documentales en la era digital*, Pág. 84.

El otro criterio que utilizó Michael Rabiger fue el relacionado con el tiempo y su desarrollo:

-Documental biográfico, como ya lo anticipa el nombre es centrado en un individuo.

-Documental de tesis, es un film donde se recaba información para abordar alguna problemática.

-Documental de acontecimiento, un hecho en concreto es el tema del film y todo gira en torno a él.

-Documental de Proceso, una serie de acontecimientos van estructurando el film todos guiados a un proceso en concreto, que a su vez desemboca en sucesos al paralelo.

-Documental de viaje, rememora un viaje de un sitio a otro o de un estado mental a otro.

-Documental amurallado, refiere a aspectos de la sociedad que tienden a encerrarse dentro de sí, sacando a flote todas las características de la cultura del grupo que lo realiza.

-Documental histórico, retoma hechos pasados orientados con fines muy puntuales partiendo de lo general a lo particular.



20. Audiovisual documental, Mayo francés.

Esta pequeña tipología será de utilidad simplemente para ejemplificar de manera breve las características más generales del documental, puesto que hay clasificaciones ya muy particulares que se centran en temas muy específicos. Como se mencionó anteriormente, el videotutorial, tiene características muy propias, por lo que requiere el detenimiento adecuado para, primero ser identificadas dichas tipologías y posteriormente ser examinadas.

DOCUMENTAL

En la tipificación de los audiovisuales, se explicó en términos generales, lo que es un documental y aunque no quedo del todo clara la importancia que tiene abordar este tema para la investigación, se desglosara en seguida, puesto que entender y caracterizar a los audiovisuales documentales, nos ayudara a conocer los modos y las formas que están alrededor de la construcción de video tutoriales. Estos pueden ser bien definidos como audiovisuales documentales, pero, para hacer esta aseveración, antes tenemos que tener en claro lo que se entiende por documental.

El cual, es un género que ha librado diversos cambios a lo largo de su historia, actualmente el documental se ha contagiado del discurso empleado en los medios electrónicos, en gran medida utilizado por el discurso de reportajes, productos noticiosos y de entretenimiento.

El género nació al mismo tiempo en que lo hizo el cinematógrafo y de aquella fecha a nuestros días, el documental ha tenido una claro desplazamiento en cuestión de producción y difusión con respecto a los materiales audiovisuales de ficción. Inicialmente el género se desarrolló en los trabajos impulsados por los hermanos Louise y Auguste Lumière, en sus diversos trabajos exhibidos en gran parte del mundo; con los desarrollos ficcionales de Meliés el documental comenzó a ser desplazado pero supo coexistir junto a sus subgéneros sucesores.

El término Documental surge de la palabra francesa *documentaire* utilizada para hacer referencia a los filmes de viajes. El término latino es *documentum* y mantiene acepciones referentes a la recopilación de materiales o documentos escritos, en este caso sonoros o imágenes. Por lo que se entiende que el género documental mantiene una latente intención probatoria de documentos, o una representa-

ción clara y lógica, una aparente aproximación auténtica del mundo físico.³⁵ Y es en esta característica, donde encontramos una similitud con el video tutorial, éste, al igual que el documental, mantiene una latente intención de aprobar, documentos e información en general, a través del discurso audiovisual.

Hay que tener presente que el documental es realizado por un autor que se encarga de reflejar una supuesta objetividad que mantenga una aproximación auténtica a la realidad, se mantiene esa suposición puesto que resulta imposible asegurarlo, todo autor sujeta su obra a su propio juicio a sus inquietudes, a su personalidad y a su ideología. Lo que ocurre es que el realizador busca mantener un orden objetivo de acuerdo a sus criterios, tomando algunos documentos extraídos del mundo físico para llegar a transmitir una posición, simulando una realidad aparente. Esto coloca al autor como un ente que elige los documentos y



21. Fotógrafo de cine documental.

utiliza la verosimilitud más conveniente que habrá de emplear en su obra. En el video tutorial, aunque de una forma más oculta, también prevalece la autoría, definido a lo largo de la investigación como *prosumer* y esta caracterización del documental, refleja comportamientos que ahora resultan muy evidentes, pero al momento en que somos espectadores del un video tutorial, no resultan tan claros. No hay una objetividad en estos productos, lo cual en esencia no resulta un hecho negativo, sino que es punto que se debe tener muy claro, puesto que los autores, son personas con intenciones propias, que no siempre responden a los objetivos del audiovisual, que en el caso documental, es informar.

El documental aporta una visión, mantiene un sentido interpretativo y sobre todo mantiene una profunda vinculación con una ideología, sin embargo no es necesariamente más objetivo, o más real, o más serio que un filme de ficción, puesto que a lo largo de la historia se ha visto con claridad que ha sido utilizado para la manipulación de la opinión de los espectadores, como ejemplo tenemos los filmes que eran realizados por los nazis y por los estadounidenses en los periodos de guerras, o con los materiales publicitarios del gobierno o las

³⁵ *Idem.*, Pág. 19.

empresas que dedican sus esfuerzos promover ilusiones, no se puede negar que el género documental ha sido muy utilizado en estos años como una herramienta propagandística.

Se puede inferir en estos casos que la producción de documentales es muy recurrida por empresas comerciales e instituciones que lo ameriten, lo cual no quiere decir que se cierre la posibilidad a los productores independientes, los cuales generalmente dan un punto de vista diferente respecto a los demás productos en el universo fílmico, puesto que son realizados con una libertad creativa en cuanto a sus procesos de realización. La figura, del *prosumer* es uno de estos individuos independientes que presentan a la audiencia una visión alternativa. Dentro del género documental existe una autoría con matices y puntos de vista muy diversos que no pueden prestarse a la generalización.

John Grierson, uno de los primeros documentalistas, reconoce que



22. John Grierson.

el documental es un tratamiento creativo de la realidad, el género es un desarrollo que pretende dejar en el espectador un producto que lo invite a la reflexión.³⁶

Para conocer una tipología del género documental, nos apoyaremos en la propuesta expuesta por Bill Nichols, un reconocido crítico estadounidense; en temas anteriores se había expuesto unos tipos de documentales basado su criterio de clasificación en “el punto focal” con el que

es abordado el filme, pero resulta importante retomar esta tipología puesto que surge de un criterio que nada tiene que ver con el anterior. Los subgéneros de Nichols se comprenden en:³⁷

- Documental expositivo.
- Documental de observación.
- Documental interactivo.
- Documental reflexivo.

Los criterios de clasificación se basan en el discurso narrativo y son empleados en la producción de documentales a la largo de la his-

³⁶ *Idem.*, Pág. 24.
³⁷ *Idem.*, Pág. 74.

toria, hasta 1997, que es la fecha en que se publica la tipología. Estas son sus descripciones:

Modalidad expositiva

El realizador se mantiene presente mediante comentarios en off, los cuales sirven de eje rector para la composición del montaje, el discurso mantiene una lógica secuenciada donde se establecen conexiones de causa y efecto con la finalidad de solucionar la problemática establecida.

Modalidad de observación

El realizador no da muestra de su presencia explícita en el filme, la temporalidad narrativa se mantiene por la continua secuencia del discurso, el cual fluye, presenta narraciones omniscientes o con apelaciones de las ideas expuestas en una serie de testimoniales.

Modalidad interactiva

El realizador interviene y actúa sobre los datos representados, constantemente aporta diferentes aportes a la información recabada, siempre se toman un posicionamiento ideológico respecto al filme.

Modalidad reflexiva

Mantiene al realizador como el principal rector dentro del filme, marca la continuidad narrativa como un factor documental más y el que mantiene el factor decisivo dentro de toda la información recabada.

Habría que precisar que en la actualidad difícilmente se podría encontrar un producto que cumpla sólo una de las modalidades anteriormente mencionadas pero la tipología será de ayuda a la postre. Dentro de la clasificación mencionada, se puede ubicar, al video tutorial, dentro de la modalidad expositiva, puesto que se tiene una gran semejanza, con las características mencionadas en el género. La tipología entre otras cosas es de utilidad para caracterizar al género audiovisual, puesto que como lo mencionan sus distintas modalidades mantienen la pretensión de a partir de una historia extraída del mundo real natural concretar un discurso audiovisual debidamente estructurado, con una reflexión prevista.

MEDIOS AUDIOVISUALES

Una vez clasificado el video tutorial y ubicado dentro del género documental, se han expuesto algunas características que son útiles dentro de la definición de este producto audiovisual, aunque se han hecho interesantes alcances, aún queda mucho por valorar, como la diversidad de medios que engloba la cultura audiovisual y de estos ubicar el medio que nos pueda aportar algo significativo para la investigación. Por lo que ahora definiremos a los medios audiovisuales, con la finalidad de encontrar nuevos aportes para la caracterización del video tutorial.

La fotografía es el antecedente primigenio de la comunicación audiovisual, dicho medio marcó el inicio de una nueva forma de relación entre el sujeto y sus representaciones, puesto que planteó un nuevo sitio para el espectador a comparación de los antiguos medios; de igual manera la fotografía es reconocida como el medio que dio nacimiento a los medios masivos de comunicación.

El fenómeno fotográfico junto a los medios audiovisuales se vieron beneficiados por un movimiento de las principales funciones ideológicas de los antiguos aparatos rectores, trasladándose de un modelo pedagógico, a un aparato de la cultura de masas, en la que los medios de comunicación poseen un lugar privilegiado.

Las causas sociales que fueron originando a los medios masivos de comunicación fueron en mayor medida: la organización de la población en grandes centros urbanos, la necesidad de ampliar el mercado mundial, el requerimiento de alfabetizar y educar los enormes conglomerados sociales, la necesidad de incrementar el patrón de concentración de las ganancias, la obligación del estado de regular y conducir ideológicamente a los enormes grupos sociales y la gran acumulación de conocimientos

*y experiencias tecnológicas que se heredan con el periodo de guerras.*³⁸

Las causas que dieron pie al origen de los medios masivos de comunicación y a los medios audiovisuales en concreto, son importantes, puesto que quizá dentro de dichos motivos, se encuentran parte de esas ausencias que se buscan satisfacer con los video tutoriales, por ahora es muy prematuro, comenzar a hacer aseveraciones arrojadas, con las causas sociales que se definieron en el párrafo anterior, pero se hace este comentario, para que no se pierda de vista.

Por ahora, es importante destacar que hablar de medios audiovisuales es hablar del nacimiento de medios masivos de comunicación y se caracterizan por su capacidad de subordinar la conciencia social con la información que distribuye, capta y difunde hechos, opiniones y datos que no le son propios sino ajenos, son centros de ideología y comercio; los medios de difusión de masas se convirtieron en los aparatos más capaces para crear las ideologías globales que articulan a los distintos grupos sociales, ascienden como los nuevos intelectuales que dan forma a la sociedad industrial.

Además inician un cambio cualitativo, la tecnología desde ese momento se muestra como una llave trascendental para el funcionamiento de los medios, y representa una parte importante al construir nuevas relaciones entre los hombres, como la mediación informativa entre grupos e individuos. Por ello al darse un cambio tecnológico se da un cambio en la relación informativa y se genera otro en la esfera ideológica, a mayor cambio tecnológico mayor transformación en la sociedad. Justamente, esto se refleja con la actual, implementación de los gadgets, los celulares, cada vez comienzan a originar nuevas plataformas de comunicación, que evidentemente atrae cambios culturales en la sociedad.

Cada medio tiene su origen y desarrollo social además de tecnológico, y ciertamente el medio emergente absorbe características de los anteriores, lo cual obliga a generar ajustes en los medios existentes para mantenerse en la preferencia de la audiencia, hecho que resulta de gran ayuda para cada medio, puesto que va propiciando que explote las características que lo hacen único y lo oriente a encontrar su propio nicho.

La fotografía es un ejemplo de la creencia incuestionable en la tecnología por parte de la sociedad, su invención, es precisamente un acontecimiento social tan importante como lo fue la invención de la imprenta. Los tipos móviles comienzan con una lucha en contra de la idolatría, en el caso de la fotografía, su lucha es en contra de la textolatría.

³⁸ Esteinou Madrid, Javier, *Sociedad moderna y medios de comunicación*, Pág. 21.

La imagen fotográfica surge con la intención de re-introducir las imágenes en la vida cotidiana, transformar los textos herméticos (indecifrables), en imaginables y para hacer visible la magia inherente a los textos. Lo cual no resulta posible puesto que no funcionan de esa manera, no re-introducen las imágenes tradicionales en la vida cotidiana, sino que las sustituyen con re-producciones, es decir, se colocan en lugar de ellas, no hacen imaginables los textos, los falsifican al traducir en situaciones las proposiciones científicas y las ecuaciones, es decir las traducen.



23. La tecnología ha ayudado a manipular, cada vez más la imagen fotográfica.

De esta manera, la imagen fotográfica no logra constituir un denominador común capaz de re-unir la civilización, como se esperaba que lo hicieran; por el contrario, quebrantan esa civilización convirtiéndola en una masa amorfa, produciendo una civilización de masas.³⁹

Posterior a la fotografía, el cine con su proceso de aceleración mecánica y la ayuda del mundo eléctrico, comienza a introducirnos al mundo de la

secuencia, potenciando el realismo de la imagen fotográfica con la ayuda del carácter ilusorio de movimiento. Surgidos en un ambiente alfabetizado y mecanizado los films se presentan como un mundo materializado de ilusiones y sueños que la tecnología podía hacer realidad, el film representó un instrumento de inmediata realización personal para el espectador, puesto que veía sus ideales plasmados en la pantalla.

Se estructura de una manera parecida a su medio narrativo predecesor, el libro, puesto que el cine mantiene una latente relación con lo que en ese momento ya estaba establecido de la cultura escrita, me refiero a su característica narrativa, secuencial y lineal. Según Eisenstein, el film surge debido a un acto de yuxtaposición, denominado montaje, el cual se mantienen en caracteres y cualidades uniformes, todos han de ser nivelados por una narrativa continua.⁴⁰

Entre el cine y la televisión hay un lapso temporal que puede ser del todo explicado a través de la radio, si bien este medio no es del todo audiovisual, como se había mencionado en temas anteriores, su presencia cimentó el terreno que a la postre le daría el gran escaparate a la televisión.

³⁹ Flusser, Vilém, *Hacia una filosofía de la fotografía*, Pág. 79.

⁴⁰ McLuhan, Herbert Marshall, *La comprensión de los medios como las extensiones del hombre*, Pág. 330.



24. Montaje audiovisual.

El medio radiofónico aborda a sus espectadores de forma íntima, “de tú a tú” y ofrece un ambiente de comunicación silenciosa entre el locutor y receptor. Pues es el mensaje es metido dentro del hogar del espectador. Manifiesta una experiencia de intimidad que no se presentaba en el cine. La radio brindó la primera experiencia multitudinaria de carácter electrónico.

Pero en sí el medio que alcanzó el carácter multitudinario por excelencia fue la televisión, contrariamente a lo que se creería el medio televisivo no es una extensión del sentido de la vista, sino del tacto, porque el medio requiere una mayor interacción entre los mensajes que se expresan y los sentidos del espectador.

La imagen televisiva no reproduce la duración real natural de las cosas, sino que presenta la captación del instante en que se producen, este hecho se logra al eliminar la distancia entre la imagen y el referente, hasta el punto de lograr la fusión entre la imagen y la mirada contemplativa. Propone que mediante sus terminales podemos tener el mundo entero a nuestro alcance, la inmediatez del aquí y el ahora.



25. Radio escuchas.

Además es visualmente pobre en cuanto a contenido se refiere, puesto que su naturaleza no requiere una mayor complejidad, además expone ininterrumpidamente sólo el contorno de las cosas que presenta, es decir mantiene un bombardeo de mensajes que no profundizan y se mantienen sólo en la superficie, enalteciendo los mensajes a calidades de iconos idealizados y planos.⁴¹ La imagen televisiva comparada con otras imágenes mantiene cargas semánticas de menor nivel, dado que su condi-

ción esencial es hacer accesible una imagen remota, la calidad de la imagen pasa a segundo plano, mientras sea una imagen tomada del otro lado del mundo. Las prioridades son otras dentro de la rea-

41 *Idem.*, Pág. 367.

lización televisiva, pues esta pretende una producción constante y remota.

Este planteamiento simplificador produce un impacto en los espectadores, que los ha ido alejando de la lectura de la imagen, de algún acto reflexivo y con poca conciencia para dar una implicación subjetiva. Este espectador es en buena medida sujeto del narcisismo televisivo, donde la televisión sólo habla de la propia televisión, se repliega sobre sí misma, adquirió un carácter repetitivo y redundante, como consecuencia de la competencia por la audiencia para incrementar los niveles de publicidad, con la incorporación de las empresas privadas que hicieron del mercado televisivo un ámbito comercial.



26. Cabina de televisión.

El narcisismo televisivo, se refleja en los programas que hablan de otros programas televisivos, o que exponen la vida de los personajes que la misma televisión ha creado. Ya no se proyectan imágenes remotas, sino imágenes de las imágenes televisivas.

A pesar de esto, al igual que la radio se concentran en un contenido que busca intimar con el espectador, puesto que la imagen entra a nuestro hogar,

(hay algunos presentadores de la televisión que tienen el decoro de agradecer, el haberle abierto la puerta de nuestra casa), por decirlo de otro modo, mantiene un lazo muy cotidiano, casual, por esta razón no implica una invitación a la reflexión.

Casi paralelo a la televisión, el video se desarrolló como un medio que fue de gran utilidad para los procesos diferidos, este medio tuvo una gran acogida por la sociedad en general. Siguiendo los objetivos de esta investigación, este tema amerita ser desarrollado de manera más amplia, por lo que se desarrollará aparte.

VIDEO

El medio videográfico, en un principio se presentó ante la sociedad bajo la sombra del televisor. Ya que lo utilizaron para las transmisiones diferidas. Pero este hecho no sólo se llevó a cabo por parte de los encargados del medio televisivo, los propios espectadores hacían uso del video para registrar emisiones del televisor. Un estudio realizado por J.C. Babeuin, J.P. Gaudin, y P. Mallein, sobre la video grabadora, arrojó que tres cuartas partes de los individuos que hacían uso del video en casa, lo utilizaban para grabar sus programas favoritos del televisor y no para registrar las citas grabadas por ellos mismos.⁴²

Lo que deja de manifiesto una cosa, el video como medio, en un principio fue utilizado para programar y ordenar los tiempos de audiovisión en el espectador, dado que ellos podían realizar sus actividades cotidianas sin el temor de perderse su novela favorita. Incluso el estudio reveló que la cámara de video también la utilizaban para registrar imágenes frente al televisor. Esta función en la sociedad del video, fue uno de los pocos beneficios que la sociedad pudo sacar de dicho medio. Esta acción muestra la importancia que tenía el televisor sobre el video en sus inicios, aunque la emancipación del medio videográfico posteriormente no se hizo esperar.

El video es un sistema de captación de imágenes en movimiento y sonidos sincronizados, registrados en una cinta magnética, fue un medio que permitió una interacción más individual, personal y de pequeños grupos para diversas prácticas comunicativas. Su aplicación doméstica transformó en términos absolutos, la relación usuario receptor, con respecto a los grandes medios de comunicación, puesto que fue una tecnología que estuvo al alcance del público. Y dicha característica es la que nos refleja el hecho de que este medio, es el

42 Perriault, Jacques, *Las maquinas de comunicar*, Pág. 149.

que cumple con las necesidades de comunicación que en su momento tuvo el *prosumer* panfletario, puesto que reintroduce el individualismo, pero ahora en el ámbito audiovisual.



27. Película de video.

Permite la autogestión del tiempo e información con mayor autonomía que la televisión, ya que crea la posibilidad de reconstruir los mensajes las veces que sean necesarias, teniendo un control mucho más personal, superando el imperativo del aquí y el ahora.⁴³ De igual manera solucionó uno de los problemas que presentaba la televisión en sus inicios, la conservación de la imagen televisiva. Antes del video se utilizaba el sistema de kintoscopiado que consistía en grabar con una cámara cinema-

tográfica la transmisión a través de un monitor.⁴⁴

En cuestiones técnicas las cintas que se utilizan para la captación y reproducción del video fue compuesta por un soporte o película plástica sobre la que se deposita, mezclada con un aglutinante y un material ferromagnético finamente molido. La distribución homogénea de las partículas ferromagnéticas es condición indispensable para una correcta grabación. En la grabación, las partículas, sometidas a la acción de los campos magnéticos dispersados en el entrehierro, adquirirán grados de magnetización proporcionales a la señal eléctrica de video aplicada.⁴⁵

El video es un medio que se adaptó muy bien para captar otra dimensión informativa marginada en gran medida por los criterios televisivos. Ha sido utilizado para la captación de actividades informativas organizadas, para documentos de denuncia y para la difusión de contenidos propios de la televisión con fines particulares, distintos a las intenciones televisivas, aprovechando su popularidad para objetivos políticos y sociales de particulares. Todos estos aspectos, son manifestaciones de productores audiovisuales que se alejan de las producciones de los regímenes hegemónicos de comunicación. Lo que en su momento, fue practicado por los *prosumers* panfletarios, lo que refleja el hecho de que quizá estemos hablando en este momento de *prosumers* videográficos.

43 Adell Joan, Elies; Fecé Josep, Lluís; Guarné, Blai; Propios, Cristina; Selva, Marta; Solà, Anna; *Representación y cultura audiovisual en la sociedad contemporánea*, Pág. 209.

44 Martínez Abadía, José, *Introducción a la tecnología audiovisual*, Pág. 54.

45 *Idem.*, Pág. 65.



28. Videogradora

El video fue un laboratorio donde se manifestaron las indagaciones personales y los pequeños grupos de creadores encontraron la convergencia de espacios de difusión inexistentes anteriormente, puesto que estos espacios eran controlados por los grandes medios de comunicación. Convirtiéndose en el recurso expresivo de la experimentación audiovisual en todos sus campos y prácticas.

La distribución del material videográfico descansó en gran medida en los videoclubs, lo cual representó de cierta forma una centralización puesto que concentró la difusión en los círculos que mantenían estos establecimientos, exceptuando a los videos publicitarios que se mantenían expuestos en la televisión y los videos educativos y empresariales que tenían su nicho en la escuela y las corporaciones respectivamente. Debido a su mayor pregnancia en la sociedad, poco a poco el video comenzó a establecerse en otros puntos de exhibición como festivales, ferias, muestras y en algunos medios de comunicación.⁴⁶

En el caso de México la difusión del material videográfico comenzó a principios de los ochentas, en aquel año, existían grandes dificultades para la adquisición de videocassettes, los cuales eran traídos de Estados Unidos a precios muy elevados. El comercio informal, por medio de copias ilegales, difundió al video en nuestro país, en los comercios ambulantes, en las aceras de las calles, en mercados móviles, etc. La popularidad de las cintas piratas, sin lugar a dudas tuvo gran pregnancia debido a sus bajos costos, su disponibilidad y la comodidad que representó su consumo.⁴⁷

Ante la demanda de los consumidores, comenzaron a establecerse los videoclubes, en México el establecimiento más importante fue Videovisa, establecido en el año de 1985, con la pretensión de tener el mayor dominio del mercado abarcó todos los procesos productivos, desde el copiado legislado de las cintas, su difusión y distribución. Cabe mencionar que el mercado mexicano de videos se concentró principalmente en la renta más que en la compra de videocassettes.⁴⁸

Eso en cuanto a la difusión del video, otro de los factores que impulsaron al medio, fue la incorporación de la informática, los sistemas de computo y la digitalización, que abrieron un camino en el video tanto en el ámbito de la distribución como para tratamientos estéticos, porque se presta para la modificación y combinación. Aunado a esto el video se abrió a otras modalidades técnicas que presentaron nuevas dimensiones y vías de desarrollo para la información como el paso al videodisco y al formato en alta definición.

46 Cebrian Herreros, Mariano, *Información audiovisual*, Pág. 252.

47 Islas Fuentes, Maria del Carmen, *El videoclub en México: el caso Videovisa, el perfil del consumidor de video*, Pág. 160.

48 *Idem.*, Pág. 56.

La digitalización y perfeccionamiento de los equipos aportó posibilidades para la expresividad con las imágenes en movimiento. El mundo digital obliga a una nueva organización de los mensajes materializados en imágenes, ahora contenidos dentro de ventanas y dentro de portales web, codificados de formas muy distintas a los medios electrónicos. Esto ha propiciado que en cuestiones expresivas, este demasiado atada y fascinada por las innovaciones de los recursos técnicos, incitada cada vez más al uso de nuevos efectos estéticos inusitados simplemente por su carácter de novedoso. Como ejemplo de lo anterior, actualmente existen gran variedad de realizadores que concentran su producción en generar efectos visuales que la tecnología permite, que resultan impactantes para los espectadores, pero se quedan en el nivel técnico y descuidan el resto de aspectos de la imagen.

La tecnología renueva constantemente los efectos y los tratamientos digitales, la televisión y el video, los consumen con voracidad, lo cual lleva consigo un agotamiento expresivo para los espectadores. Es una sobreexcitación que contagia a los autores.⁴⁹ Actualmente con la digitalización los procesos de desarrollo que involucran al video, se centran en la incorporación de tratamientos informáticos en las imágenes y efectos especiales (infografía) y del sonido (fonomática) siempre en busca de una innovadora posibilidad estética.⁵⁰ Esto revela el hecho de que estamos frente a una reciente tendencia, de los productos audiovisuales, el privilegio de la estética sobre el resto de los aspectos del mensaje, el video tutorial, al parecer tiene tendencias muy distintas a las que se exponen los audiovisuales que privilegian la infografía y la fonomática, pero no está por demás tener presente el hecho de que esta tendencia suele resultar una generalidad de cualquier mensaje audiovisual.

Independientemente de estas particularidades que se han presentado en el ámbito estético del video, el medio mantiene una diversidad de contenidos, que bien pueden ser clasificables en subgéneros definidos por su contenido y su finalidad sin tomar en cuenta sus características estéticas.

49 Cebrian Herreros, Mariano, *Géneros informativos audiovisuales*, Pág. 428.

50 Cebrian Herreros, Mariano, *Información audiovisual*, Pág. 251.

SUBGÉNEROS DEL VIDEO

Hasta ahora, la mejor forma de definir a nuestro objeto de estudio, es por medio de clasificaciones, la insistencia de tipificar constantemente los niveles que hemos venido abordando del audiovisual, son con lo intención de ir de lo general a lo particular, para así llegar al video tutorial, pero antes de que eso suceda, se tipificará el medio al cual nos hemos evocado.

La expansión y diversificación del video converge en una gran cantidad de subgéneros; Cebrián Herreros, como uno de los autores que ha servido de apoyo para el desarrollo de este capítulo propuso una clasificación del video, que responde a la dirección que se busca orientar para esta investigación. Con un criterio que se centra más en puntos de orientación o campos donde se encuentran ciertos estilos relacionados con la información, esta es su tipología:⁵¹

-Video como soporte de difusión de películas: Es el campo de mayor penetración social y ha ayudado a generar una industria de mayor volumen.

-Video artístico: Es la dimensión de su desarrollo estético, evoca a las artes plásticas tradicionales y ciertos géneros del cine. Se ha diversificado con el video monocal, performan-ce y video instalación.

-Video musical: Es la confluencia de la expresión musical y la capacidad expresiva del video, comprende no sólo a los videoclips sino también al registro de conciertos y presentaciones.

-Video narrativo: Tiene una similitud al artístico, aunque es

51 *Idem.*, Pág. 253.

una variante que experimenta formas narrativas distintas a la televisión y el cine.

-Video documental: Es fomentado como un sistema de comunicación de grupos minoritarios.

-Video educativo: Es un campo diversificado según niveles educativos, disciplinas y profesiones para cumplir una variedad de funciones didácticas. Entre dichas funciones cumple:

-Transmitir información como aclaración o refuerzo de determinados contenidos.

-Mostrar hechos y situaciones a manera de “comprobante”

-Asimilar destrezas mostrando modelos de operaciones.

-Adquirir organizar y estructurar conocimientos bajo el modelo semántico del video.

Todos estas características, siempre llevadas de la mano por el profesor, que debe elegir el momento y el modo de integrar el video en el proceso de enseñanza.

-Video empresarial o institucional: El video es aplicado como imagen corporativa de la entidad para darse a conocer a si misma con su organización, objetivos y filosofía.

-Video publicitario: Es el subgénero más implementado, sobre todo dentro del ámbito televisivo. Los elevados presupuestos y la gran creatividad han supuesto que se desarrollo la máxima creatividad en este campo.

-Video científico y técnico: Aquí se emplea la observación, experimentación y seguimiento de proceso de investigación, propios del trabajo científico, técnico y profesional.

-Video informativo: El video es empleado por entidades municipales, institucionales y culturales para la captación y difusión de sus actividades.

-Video familiar y social: Se manifiesta una expresión popular del video como un instrumento para la conservación de recuerdos sociales y familiares.

De la gama de géneros que se lograron exponer en este apartado sólo interesan, lo que tienen una relación con nuestro objeto de estu-

dio el videotutorial y de estos podemos destacar al video documental, video científico, video informativo y video didáctico. Los cuales tienen una clase de relación.

Aunque, la gran cantidad de subgéneros pone de manifiesto lo arraigado que se encontró en la sociedad el video, la permanencia que promete en la actualidad debido al creciente desarrollo de las tecnologías digitales, comienza a ser una realidad, con dispositivos móviles que brindan esa posibilidad, puesto que presenta una diversificación que va del monocal al pluricanal; de una emisión lineal, a una emisión masificada; de la exhibición unidireccional, de exponer sólo su opinión, a la interactividad expuesta dentro de un foro de debate que cuestiona los modos y las formas del audiovisual; de la aplicación del video para las grabaciones televisivas a las producciones independientes. Es un mundo emergente que abre múltiples caminos para las aplicaciones informativas.

VIDEO DOCUMENTAL

La tipología que se mostró en el tema anterior relacionada con el video, mantiene unas características que dejan bien en claro los temas y objetivos que busca plasmar el medio. Dentro de estas características se encuentra bien definido el género que le corresponde a la parte documental del video, puesto que ha tenido un desarrollo marcado dentro del rubro audiovisual.



29. Video documental.

Inicialmente, la característica que ha ayudado a la proliferación del medio, es la facilidad con la que podemos adquirir equipo videográfico para comenzar un proyecto; a diferencia de los materiales cinematográficos los costos en cuanto a producción son muy marcados y el hecho de optar por el video es en gran parte por la accesibilidad que el medio brinda a los realizadores.

En temas anteriores a este, se dieron ciertas características generales de lo que respecta al género documental dentro de la cultura audiovisual. Todas estas son perfectamente aplicables a los desarrollos en la cinta magnética, brevemente recordemos que el documental, propone la recopilación de materiales o documentos en audio o imágenes, con una latente intención de cuestionar y posteriormente probar una postura, con base a objetos sustraídos de la realidad, toda esta documentación se mantiene intencionada por la objetividad de un autor que mantiene cierta tendencia a mostrar su opinión.

Aunado a esto habrá que decir que en el caso del video documental se ha marcado una tendencia a centrarse en aspectos del día a día a revelar una cotidianeidad que mantiene una diversidad propia de cada uno de los realizadores, a través de estos proyectos se retratan cualidades y características de distintas sociedades, territorios o habitantes de igual manera, se reflejan temas que trascienden e involucran ideologías de la región, un ejemplo muy conocido es el video de Mayo Francés (1968) que si bien no se realizó pensado como un documental del todo, es uno de los primeros materiales videográficos que buscaban hacer conciencia a través del medio.

Ejemplos como ese se han venido dando a través del transcurso de la historia, por lo que hay que decir que en el video documental los temas de carácter social prevalecen sobre otros y que también ha sido utilizado en gran medida como una herramienta para la concientización de temas que conflictúan a las minorías de la sociedad.

Pero el carácter documental dentro del universo audiovisual, es muy diverso, como se pudo exponer con anterioridad. Ya logramos caracterizar, al video tutorial dentro de los tipos de audiovisuales documentales, pero no hemos determinado que clase es.

El video tutorial, mantiene una evidente tendencia a exponer información con la firme intención de enseñar o instruir, por medio de las facultades estéticas y pragmáticas que el video como medio tiene, por lo que su puede sospechar, que el video tutorial, tiene unas intenciones didácticas, expresas, en la forma de su discurso. Dentro de los subgéneros que se expusieron del documental, se expreso la existencia de uno definido como documental didáctico. Por lo que la posibilidad de caracterizar al video tutorial como didáctico resulta clarificante. Hasta ahora, se ha dicho poco respecto a la acepción didáctica del video tutorial y justamente es el siguiente tema a tratar.

VIDEO DIDÁCTICO

A bordar la didáctica desde el video es de vital trascendencia para esta investigación, desglosar las características propias de este subgénero nos ayudarán a diferenciar en gran medida, los puntos de encuentro entre esta clase de documentos y lo que hemos venido definiendo como “video tutorial”. De primera instancia parece que mantienen similitudes obvias, puesto que los dos presentan una tendencia clara a la instrucción, capacitación y enseñanza. Pero esa clase de aseveraciones las iremos aclarando o desmintiendo en la medida en que entendamos el video didáctico.

Ya hemos ahondado en los aspectos que definen al medio videográfico, de igual manera nos hemos evocado a desarrollar las características del subgénero documental, por lo que toca el turno de la didáctica. Con la debida cautela que amerita el hecho de que evocamos a un tema que tiene poco que ver con las tendencias comunicacionales, que se ha venido exponiendo a lo largo de esta investigación. La didáctica, es muy importante, para la investigación, pero ésta, es toda una disciplina, la cual ahondaremos sólo lo preciso, para determinar al video tutorial.

DIDÁCTICA

Etimológicamente el término engloba dos aspectos, ambos de origen griego, *didaskein* que significa enseñanza y *tékne* que significa arte, el significado del término se resume al arte de la enseñanza o de la instrucción. Así entendida, es el conjunto de técnicas a través de las cuales se realiza la enseñanza, por lo tanto podemos inferir que esta disciplina se orienta en mayor medida hacia un desarrollo práctico.

Por su parte Karlhein Tomachewski un autor calificado en el tema, define a la didáctica como la teoría general de la enseñanza, investiga como disciplina parcial de la pedagogía, el carácter práctico y normativo de los recursos para la instrucción. En el proceso, hay una serie de elementos que siempre se encuentran presentes, los cuales son:⁵²

- Objetivos de enseñanza.
- Instructor-educandos.
- Contenidos.
- Actividades prácticas.
- Organización del material expuesto.
- Métodos
- Medios instruccionales.

⁵² Santiago Santos, Olga Lydia, *Propuesta de un modelo didáctico para la enseñanza a través del video*, Pág. 43.

De estos elementos, habrá que decir que la relación existente entre el instructor y los educandos es complementaria, uno posee el saber y el otro lo necesita. Los objetivos de la enseñanza suelen estar condicionados no al conocimiento al que se desea alcanzar, sino a una clase de políticas orientadas a las instituciones o entidades que rigen los contenidos y formas de la instrucción. Por su parte, los métodos y los medios, son condicionados en gran medida por el contexto social en el que se encuentran inmersos. Todos los elementos de la didáctica mantienen una estrecha relación con la situación enseñanza-aprendizaje.

La didáctica tiene la facultad de incentivar y orientar eficazmente al individuo receptor, trata sobre los principios, fenómenos, formas, preceptos y leyes de la instrucción, no sólo genera ideas que explican y direccionan el proceso de enseñanza intencional y sistematizado, sino que también promueve instrumentos para intervenir en dicho proceso. Es una disciplina operativa, manifestando que no es sólo un recetario de cómo se practica la instrucción, porque el proceso es complejo, en tanto que se da con sujetos sociales que tienen necesidades propias y las sujeciones cambian continuamente. Los procesos de enseñanza actuales, simplemente en cuanto a medios técnicos son muy distintos a los que se utilizaban hace veinte años.

La información puede adquirirse por dos caminos: por experiencia directa o por experiencia mediadora. El aprendizaje por experiencia directa es cuando se aprende a través de una actividad relacionada a la realidad natural como el caso de cualquier habilidad o destreza. Se denomina experiencia indirecta o mediadora a la que hace uso de información codificada simbólicamente o transmitida por un intermediario. La didáctica, evoca al carácter indirecto de la experiencia puesto que hace uso de distintos medios para transmitir la información a los educandos.

Los medios empleados en la enseñanza son muy diversos, utilizados en gran medida porque le dan la posibilidad al educando de acceder al conocimiento de una forma más versátil y en ocasiones más efectivo. De igual manera permite agilizar y hacer significativo el proceso de la enseñanza, al introducir diversidad de información digerida previamente por un aparato rector que avala, jerarquiza el conocimiento.

De todo lo dicho acerca de los medios de enseñanza habrá que precisar que el medio por sí mismo no asegura el aprendizaje, la clave está en que se delimite todos los factores de la problemática, las posibilidades y limitaciones de cada medio, todo esto regido bajo una visión integrada a los objetivos que el proceso pedagógico persiga. La disciplina didáctica, no es algo que pueda tomarse a la ligera.

CARACTERÍSTICAS DEL VIDEO DIDÁCTICO

Al ser definida la disciplina didáctica, la siguiente tarea finalmente, será enfocarla a los fines de esta investigación. Caracterizar el video didáctico representa el instrumento clave para evocar el camino hacia la descripción del video en internet, producido por el *prosumer*.

Este subgénero se emplea para la enseñanza curricular, ocupacional y profesional. Es utilizado para el adiestramiento de destrezas, adquisición, organización y estructuración del conocimiento y como todos los materiales didácticos de su tipo, es pensado sólo como material de apoyo.



30. Tele secundaria.

La generación que creció a finales de los ochentas, principios de los noventas, perteneció a la sociedad que vivió el desarrollo y avance de los materiales audiovisuales, llegando incluso a transformar su actividad socio-cultural.

Al entender a la didáctica como la disciplina que se desarrolla dentro de las instituciones educativas y que precisa la docencia, podremos entender que el video didáctico persiguió los

mismos fines, fue un instrumento por el cual el educando conseguía cierto aprendizaje que le ayudó a complementar su desarrollo profesional e intelectual, a través de las bondades que el video brindaba.

Como ya se había mencionado, en la segunda mitad del siglo XX con el auge del video y la televisión, se dio una proliferación audiovi-

sual, no sólo del subgénero didáctico, sino de todos en general, a raíz de eso, los materiales videográficos para la enseñanza se fueron popularizando entre los aparatos que regían los sistemas educativos. Diversos materiales audiovisuales, para la instrucción se dieron dentro de las instituciones, incluso siguen siendo muy utilizados en algunas partes del país hoy en día.

Al entender a los videos didácticos como poderosas herramientas de instrucción, cabe hacer una advertencia, el hecho de añadir un medio a un diseño concreto de enseñanza no le asigna el carácter didáctico, la intencionalidad no basta, en cierta medida proporciona a los perceptores un determinado tipo de aprendizaje, pero estas razones no son suficientes para considerarlo un medio didáctico. Puesto que la disciplina que se encarga de regularlo, tiene sus propios lineamientos.

El medio didáctico debe añadir al menos dos características que le deben dar ese carácter de enseñanza:

En los textos consultados, se refería en primera instancia al apoyo y plena confianza en un profesor como la entidad que guíe y confronte la información expuesta en el video frente a los educandos, pero se debe considerar que además de un tutor, se necesita una postura crítica ante el video didáctico, definir cuáles son las necesidades de los educandos, qué buscan en el video, que función cumple y si es necesario, con qué otros documentos se puede complementar.

Y en segundo plano, buscar la especialización particular de cada video. Lamentablemente el medio posee una visión genérica y no responde a las necesidades particulares de cada área de enseñanza. Por lo que se necesita una visión claramente particular.

Las características que deben prevalecer dentro del subgénero didáctico son: concreción, claridad, reiteración y motivación. Concreción, para emitir la información necesaria, evitando la falta o la sobre existencia de esta. Claridad, para exponer de una forma inteligible el mensaje que se transmite. Reiteración, para reforzar los conocimientos manifestados y no dar lugar a duda alguna. Motivación, para construir los mensajes de forma que resulte creativa a los receptores, la captación de la información.

Dichos puntos están intencionados claramente con el objetivo de tener una presencia amena ante los educandos. Además habrá que decir que los criterios que determinan los contenidos se centran en el tipo del mensaje, niveles o edades de los sujetos para los que están realizados y contexto social de los mismos. Es decir, se lleva a cabo toda una planeación centrada en los receptores del mensaje.

El video didáctico fue aquel que se diseñó para transmitir contenidos, habilidades y actividades, que en función de sus sistemas

simbólicos y formas de estructurarlos, propició el aprendizaje en los alumnos.⁵³ Además, se debió tener suma precaución en la forma de introducirlo a los educandos, pues puede ser un simple medio que informa o puede convertirse en un instrumento excelente para que al alumno adquiera la información deseada.

Aparte de esto, una de las características del video que fueron bien aprovechadas para los fines de la didáctica es la ventaja que ofreció el medio de repetir la cinta un sinnúmero de veces, así que el usuario del soporte del video tuvo la posibilidad de seleccionar primero y recrear después la información. Por este lado la secuencialidad, que expresamos al caracterizar al mensaje audiovisual, me mantiene en entre dicho, puesto que se puede manipular, aquí ya se detecta un claro medio interactivo, en el cual el estatismo de un espectador, se rompe.

Si bien el video didáctico tuvo como fin principal el de contribuir en el proceso de enseñanza, existen diferencias con el resto de los materiales utilizados, aquí una tipología del video didáctico:⁵⁴

- Tipo de clases triagistrales (que puede sustituir al profesor)
- Cortas complementarias (que amplían el alcance del profesor)
- Monográficas (que permiten al profesor concretar un tema)
- De recapitulación (que presentan coherencia entre distintos temas)
- De introducción (que sirvan de estímulo a un Técnicas especiales cambio de actitud)
- Monoconceptuales (de apoyo imprescindible al acto didáctico)

Todos los tipos de materiales didácticos expuestos en este listado son estructurados bajo la visión de una entidad educativa que hace uso de ellos, exceptuando uno, el de tipo de clases triagistrales, el cual tiene la función de suprimir al profesor, este tipo de video didáctico es el que mejor caracteriza a lo que buscamos definir como videotutorial.

Pero el video didáctico, no sólo responde a las exigencias de la didáctica, sino también a las del audiovisual, y en este caso concreto a las exigencias del video. El programa didáctico ideal cumple, además de las exigencias didácticas, las del sistema audiovisual: es decir, no sólo transmite informaciones de tipo cognoscitivo, sino también

⁵³ *Idem.*, Pág. 55

⁵⁴ Domínguez Guadarrama, Marco Antonio, *Video documental: diseño, realización y difusión a través de Internet: desarrollo e implementación como apoyo didáctico para la Facultad de Medicina Veterinaria y Zootecnia*, Pág. 112.

sensaciones, emociones y experiencias, es a través de estas como transmite las informaciones de carácter cognoscitivo.

El medio audiovisual, vierte dentro del mismo mensaje sus propias facultades y hay algunas que se yuxtaponen, como la cualidad didáctica de la reiteración y la posibilidad del video de la manipulación de la secuencia visual.

En un programa de video adecuadamente concebido las intenciones se comunican en el acto de disfrutar las sensaciones. Es decir, son las emociones suscitadas por la interacción de imágenes, música, palabras y efectos sonoros los que están cargados de sentido o significación. El video tutorial, cumple con ambos aspectos, los didácticos y los audiovisuales.

PROSUMER AUDIOVISUAL

Este capítulo se concentró básicamente en caracterizar al fenómeno audiovisual y dentro de ese universo, desglosamos los puntos de interés para esta investigación, el género documental y el video. Ya hemos visto que el medio videográfico tiene muchas bondades para la sociedad en general, sobre todo para las personas que no se especializan en el universo audiovisual, además de esto se encuentra la posibilidad de crear materiales de apoyo para la enseñanza, abordado dentro del subgénero didáctico. El objeto de estudio de la investigación, se centra en material audiovisual que definiremos, propuesto por una figura que anteriormente habíamos definido como *prosumer*, por lo que, ahora inmersos en el universo audiovisual, destacaremos su existencia desarrollado en el ámbito de la audiovisión.

Recopilando de forma breve recordaremos que un *prosumer* es una figura que se mantiene inmerso en un medio, consumiendo y produciendo información de manera autónoma y amateur, es un verdadero generador de ideas, por lo tanto también de información y datos, es una persona autogestora que se involucra de manera activa en la conformación de su entorno, dando la pauta a un medio multidireccional, aportando mensajes con valor propio, bajo la idea de “hazlo tu mismo”⁵⁵

Aclarado lo anterior, habrá que precisar que si es posible la existencia de un *prosumer* audiovisual, y el medio que brindó esa posibilidad a la sociedad fue el video, puesto que los realizadores con características que podrían dejar ver su inclinación a ser un *prosumer*, vieron en el medio la oportunidad de dar a conocer, ideas, expresiones culturales, expresiones artísticas, incluso noticias, entre otras cosas.

⁵⁵ Consultar página 27 para mayor información.



31. Prosumer audiovisual.

Habrá que recordar que la sociedad de la segunda mitad del siglo XX, estuvo inmersa en el auge de la cultura audiovisual, concretamente en los años donde la televisión tenía un papel muy importante en la cultura, por lo que el consumo de audiovisuales era una de las características propias de la sociedad de esta época. Es por esto que la propiedad consumista del *prosumer* se mantenía latente, en gran parte de la sociedad ya había un consumo ilimitado de audiovisuales; la parte que se centra en la acción de producir, la potenció sin lugar a dudas el video.

La creciente innovación tecnológica y el incremento de aparatos electrónicos, que a partir de la década de los sesenta, ofrecía al público en general, creó la idea de implementar dichos avances en la vida diaria. En 1965 la empresa *Sony* sacó al mercado la primera cámara *Portpack*, esto es una videograbadora cuyo diseño y precio eran accesibles para el público en general. A partir de ese acontecimiento los materiales videográficos fueron en ascenso. Las videocámaras ponen al alcance de mucha gente el poder de expresarse a través de las imágenes en movimiento.

El video fue una tecnología de ruptura con los sistemas dominantes, elitizados y tradicionalistas. El uso de imágenes electrónicas era la materia más idónea para contrarrestar estos puntos. En este contexto, el video tornó a ser un movimiento visual ligado estrechamente a la contracultura y a la oposición contra la “omnipresente televisión”. El video resultó ser parte de los medios contraculturales que dio seguimiento a los acontecimientos políticos y sociales que se vivían en aquellos años.

Como video independiente podemos definir a todo aquello que se realiza fuera de cualquier control y estructura de poder, llámese económicas, políticas o institucionales. El video es un espacio abierto para la libertad de expresión.

El *prosumer* audiovisual es aquel que no depende de nada de intereses o esquemas implantados, sólo está sujeto de sus convicciones como realizador, establece sus propios patrones de producción, realización y distribución. Este encierra imágenes y sonidos liberados de la estrechez política, moral y estética de los medios (concretamente de la televisión), temas y enfoques que excepcionalmente o nunca aparecen en la pantalla electrónica, valores y visiones que brotan de una sociedad plural de una década como la de los sesentas.

Para algunos la comunicación alternativa, se plantea inicialmente como un fenómeno marginal, es un sector o grupo minoritario que echa a andar un medio. En la medida que ese medio auténticamente se hace parte de la práctica social, adquiere fuerza para permanecer dejando de ser una forma marginal y pasando a ser expresión alternativa.⁵⁶

Como parte de la contra cultura, el gremio artístico también hizo uso del video para abrir paso a los primeros video artistas. La “democratización del video” generó en los artistas la idea de trabajar con los medios audiovisuales, utilizándolos como herramientas para la experimentación e innovación artística. La videocámara Portpack capaz de grabar imágenes y recuperarlas instantáneamente fue el parte aguas del videoarte.



32. Pieza de Nam June Paik.

El Fluxus jugó aquí un papel muy importante, pues fue el primer movimiento artístico contracultural, donde sus miembros activos como: Nam June Paik, George Macuinias, Peter Moore, Carolee Schneeman, Yoko Ono, James Riddle entre otros empezaron a utilizar el video como soporte de sus expresiones artísticas.⁵⁷ Sin embargo, la idea de utilizar instrumentos electrónicos, para hacer arte, no nació de esta generación, sino que fue al retomar las ideas de Marcel Duchamp, de utilizar otras herramientas para hacer piezas artísticas. Los videoartistas buscaban la experimentación, la innovación, pero sobre todo el acercamiento con los espectadores.

Los primeros trabajos videográficos se realizaron bajo el intento de la aproximación a una nueva realidad. El boom del videoarte se percibió notablemente cuando los artistas del Fluxus comenzaron a manejar en todos sus happening e instalaciones audiovisuales como medio expresivo artístico. Paik y Vostell presentaron en 1965 diversas acciones las cuales eran manipuladas por el video y la televisión.

El otro sector que también tuvo la oportunidad de convertirse en productor de sus propios contenidos audiovisuales, y el que nos interesa más, fue el doméstico, ya que todo aquel que contara con una cámara de video tenía la posibilidad de realizar grabaciones que exponían situaciones reflejadas desde su particular punto de vista, y los canales de difusión se concentraban entre grupos como los video clubs o simplemente entre sus círculos sociales más cercanos. Aunque pareciera muy limitada su audiencia, con el auge de la comunicación

⁵⁶ Reyes Mata, *La comunicación transnacional y la respuesta alternativa*, Pág. 106.

⁵⁷ García García, Lilia Marisol, *El videoarte, la historia de una gran tendencia: reportaje*, Pág. 48.

digital y la llegada del internet las oportunidades de exposición para los realizadores audiovisuales, se vuelven mucho mayores.



33. Captación de imágenes a nivel doméstico.

Con el arribo del video digital aunado a las nuevas tecnologías las oportunidades de producción se vuelven aún más claras para los realizadores, al mismo tiempo que su distribución es potenciada por las vías digitales, llegando a un público de grandes proporciones.

Finalmente, habrá que decir que el *prosumer* audiovisual no estuvo ligado simplemente a la aparición del video, si bien es cierto que dicho medio le dio el auge que nosotros pudimos observar, la figura del *prosumer* se pudo presentar dentro del universo audiovisual en cualquier otro medio, no necesariamente el video, como ejemplo el formato súper ocho, el cual también se encontraba en presentaciones compactas, pero el inconveniente frente a las video cámaras, es que las cintas magnéticas, tienen un menor costo que las cintas de súper ocho. Dicha tecnología era sumamente cara para un realizador amateur, su adquisición, producción y difusión implicaban costes que no cualquier individuo podría solventar.

Por otra parte la razón por la que no se abordó a la figura *prosumer* desde el medio cinematográfico, es porque se cree por alguna razón que el cine como medio audiovisual patriarcal, requiere de un grado de profesionalismo muy alto para poder desarrollarse impropio de la figura *prosumer*, caracterizado como un individuo sin ningún carácter profesional, aunque ciertamente el hecho de ser un realizador de cine no te da la facultad de experto por la simple razón de desenvolverse en ese medio.

La verdadera razón por la que caracterizo al *prosumer* audiovisual con el video y no con el cine ni con el formato súper ocho es porque, estos últimos son medios que implican una seriedad y sobriedad a nivel de producción que el *prosumer* no emplea en sus audiovisuales. Incluso, el cine es concebido como toda una industria. Por lo que el video es el medio que brinda el sistema propicio en cuanto a infraestructura para que se desarrolle un *prosumer*, dadas las características que se han destacado anteriormente.

VIDEOTUTORIAL

El objetivo de la investigación se enfoca en las características del videotutorial, particularmente el que se encuentra circulando a través de internet, éste, como pudimos expresarlo anteriormente, es un producto que se encuentra contenido en el subgénero didáctico del video. En este momento cabe aclarar que dicho subgénero surge mucho antes del internet, pero con la proliferación del medio digital, fue introducido a él, como muchos otros de sus contenidos. Dicha aclaración es pertinente, puesto que el concepto videotutorial en la actualidad, remite sin lugar a dudas al internet y por lo menos en este capítulo no se desarrollará expresamente en dicho contexto. Por lo que se expresará una breve introducción de lo que se tenía entendido por videotutorial, mucho antes de su auge en la red.

Sabemos cuál es el significado del video, lo que aún no conocemos es lo que refiere el término tutorial y lo entenderemos como: los sistemas instructivos de auto-aprendizaje que conducen al usuario a un desarrollo de algún procedimiento para realizar determinada actividad; manteniendo una secuencia lógica, para que el usuario entienda la composición del producto final.

Además de dichas características, el tutorial en su desarrollo, fue pensado para ocupar el lugar del profesor o del tutor por lo que supuestamente no requiere de un instructor que guíe al usuario, puesto que dicho material está construido con la finalidad de suplir al docente.

Retomando temas anteriores referentes a la didáctica, habrá que mencionar que el videotutorial se concentra dentro del tipo de clases triagistrales (que puede sustituir al profesor) y que en general cumplen con las características que necesita un producto para considerarse un video didáctico (concreción, claridad y reiteración).⁵⁸

58 Consulte Página 84 Video didáctico.

Aunque un tutorial también puede presentarse impreso, el término actualmente se utiliza para referirse a los programas de aprendizaje online. La presencia de un tutorial que preceda a la era del internet y del video estaría concentrada básicamente en lo que conocemos como un instructivo, o los conocidos textos que te ayudan a realizar alguna actividad “en diez sencillos pasos” por lo que también podemos asegurar que el tutorial es un material que generalmente se concentra en procesos o actividades con un carácter práctico muy marcado. Difícilmente encontraremos tutoriales que nos apoyen en el entendimiento de alguna teoría puesto que esos materiales de apoyo tienen otras implicaciones por lo tanto no tienen cabida en esta tipología. Esta particularidad, es quizá expuesta por los medios audiovisuales, la suma de practicidad, es una característica propia de los medios de comunicación de masas.

El videotutorial engloba todas las características anteriormente mencionadas, sólo que además de esto aprovecha las bondades que el video ofrece en su carácter educativo. Los ejemplos que pueden ayudarnos a entender este fenómeno ocurridos en la segunda mitad del siglo XX, van desde los videos que se desarrollan por una empresa con la finalidad de enseñar las utilidades y funcionamientos de un producto, como una aspiradora o una computadora, hasta desarrollos sustentados por profesionales de la pedagogía como son los productos audiovisuales que son utilizados en las escuelas a distancia.



34. Video tutorial, corrección de color de una fotografía.

Por supuesto que estos desarrollos son implementados por instituciones y nuestra investigación no planea darle peso a esos alcances, puesto que el proyecto se emplea en los desarrolladores independientes. Por este lado no podemos afirmar que el fenómeno del videotutorial tuviera gran peso en el videoasta promedio de la segunda mitad del siglo XX, puesto que como se mencionó anteriormente, sus inquietudes se centraban en registrar su cotidianidad y capturar sus programas favoritos.

Fue hasta el auge de la red cuando el videotutorial comenzó a tener gran peso dentro de los catálogos de los productores amateur. Y entonces, fue cuando las orientaciones audiovisuales se fueron manifestando con mayor medida, trasladando las afinidades de los realizadores independientes a otro medio de comunicación.

La información que se emplea en los videos digitales, deviene del carácter práctico de sus realizadores amateur, puesto que las inquietudes de dichas figuras rayan dentro de la cotidianidad y practicidad. Por lo que es lógico que la mayor cantidad de videotutoriales se enfoquen en temas que tienen que ver con hardware y software puesto que el mundo en el que se desempeña el *prosumer* es digital. Y esto caracteriza a dicha figura, su aspecto cotidiano, su individualismo, las propias afinidades de la persona, por lo que los mensajes, generalmente, siempre reflejan la personalidad que hay detrás del *prosumer*.

La comparación de la producción de un videotutorial, con un video didáctico profesional, sería errónea, puesto que la infraestructura de una y otra son abismalmente distintas, los videos amateur, se mantiene dentro de los estándares de un productor poco experimentado y los materiales que se emplean para la realización del audiovisual, son de fácil alcance. Los *prosumers* que lo realizan, no tienen una preparación inicialmente audiovisual y posteriormente pedagógica, realizan el video con las limitantes que sus capacidades le otorga, por lo que en ocasiones no son claros con lo que tratan de expresar. Pero de que son funcionales y populares, lo son, actualmente, la red está llena de esta clase de audiovisuales.

Los temas de interés para los desarrolladores del videotutorial, hablando ya específicamente en internet, se concentran en contenidos que rondan al universo digital, por lo que en muchas ocasiones sólo se necesita un equipo de computo que pueda desempeñar procesos de grabación y el acceso a internet. Haciendo uso de las redes sociales se logra la distribución del material, por lo que prácticamente tienen presencia para cualquier usuario digital.

De esta forma el videotutorial no tiene una aparente complicación, puesto que el *prosumer* haciendo uso de su conocimiento, lo materializa en un video de forma que pueda ayudar a un usuario a entender el funcionamiento de una actividad o proceso para que le ayude a solucionar una problemática, esta información se encuentra disponible para cualquier usuario que la requiera debido a la gran difusión que ofrece el internet.

Es un ejemplo claro de las posibilidades que actualmente el medio le brinda a los usuarios, pero más allá de ser una simple manifestación de lo que el internet impulsa en la cultura digital, hay implicaciones propias de los individuos de la sociedad que motivan a realizar este “acto de buena fe” las cuales podremos definir en el siguiente capítulo.

CONCLUSIÓN CAPITULAR

El apartado que corresponde a la cultura audiovisual, es empleado con la finalidad de dar claridad a nuestro objetivo de investigación, el video tutorial. En el capítulo anterior nos concentramos en caracterizar al *prosumer* de forma general, pero, es necesario contextualizarlo de primera instancia, dentro de la cultura audiovisual para posteriormente hacer el mismo acercamiento, dentro del universo digital, en donde se manifiesta la problemática que se busca analizar.

La cultura audiovisual parte de un gran número de inventos que con el pasar del tiempo se fueron perfeccionando hasta concretizarse en tres grandes medios audiovisuales de comunicación, el cine, la televisión y el video. Los inventores que contribuyeron a que estos medios fueran posibles, fueron: Leonardo da Vinci y Gianbattista Della Porta, (en épocas diferidas) con la cámara oscura. Walgensten con la invención de la Linterna Mágica. Entre otros, que con presentaciones y experimentos muy variados fueron perfeccionando las instrumentos de captación y proyección de imágenes hasta que los hermanos Lumière inventaron el cinematógrafo que representa el aparato que representa el inicio de los instrumentos audiovisuales.

Para enfocar el análisis de investigación hacia una imagen audiovisual es necesario saber lo que esta representa. Dentro de la cultura audiovisual la imagen encarna una porción de un espacio temporal de la realidad física, como una ventana de acceso al mundo, una representación de formas y cantidades, con la incuestionable relación de imagen-objeto. La propia imagen es una prueba íntima del pasado y representa una fuente normativa para el presente.

Por esta razón el cinematógrafo para el público expectante representa un medio que transmitía “realidades” por la “veracidad” y “naturaleza” con que representaba sus imágenes. Con el surgimiento

del cine sonoro en Estados Unidos en los años treinta, la audiencia comenzó a experimentar el fenómeno audiovisual, que conocemos actualmente, dejando de lado la producción audiovisual por sinestesia que se empleaba con anterioridad (sin audio).

Entenderemos por audiovisual al conjunto de los modos de organización artificial de la imagen y el sonido que utilizamos para transmitir ideas o sensaciones por medio de secuencias en un intervalo de tiempo donde los contenidos icónicos prevalecen, con el fin de superar los obstáculos que para la expansión de la misma suponen el tiempo, el espacio y la materia. El término abarca a todo lo perteneciente o relativo al uso simultáneo o alternado de lo visual y/o lo auditivo, a los elementos que tienen las características propias para la captación y/o difusión mediante imágenes y/o sonidos.

Entendidas ya las generalidades de la cultura audiovisual la investigación se evocó a, las particularidades que definen al videotutorial como tal. Inicialmente ésta clase de video mantiene un carácter didáctico evidente. Al afrontar los diversos tipos de géneros audiovisuales se encontró que el documental es el que manifiesta ésta particularidad. Por lo que, el videotutorial en su carácter documental, se entiende como un material que mantiene una latente intención probatoria de documentos, aporta una visión, mantiene un sentido interpretativo y sobre todo mantiene una profunda vinculación con una ideología de su realizador, es un tratamiento creativo de la realidad, un desarrollo que pretende dejar en el espectador un producto que lo invite a la reflexión.

Aún dentro del género documental, se puede encontrar sub tipologías, que caracterizan aún de mejor forma al videotutorial y ésta es el documental didáctico. El cual a grandes rasgos es utilizado para el adiestramiento de destrezas, adquisición, organización y estructuración del conocimiento y como todos los materiales didácticos de su tipo, es pensado sólo como material de apoyo. Aunque el hecho de añadir a un medio a un diseño concreto de enseñanza no le asigna el carácter didáctico, la intencionalidad no basta. Las características que deben prevalecer dentro del audiovisual didáctico son: concreción, claridad, reiteración y motivación. Debido a que éste subgénero está sujeto a una rama del conocimiento perfectamente definida, como lo es la didáctica, el audiovisual debe estar sujeto a sus parámetros y normas, siendo que La didáctica tiene la facultad de incentivar y orientar eficazmente al individuo al que está sujeto, trata sobre los principios, fenómenos, formas, preceptos y leyes de la instrucción, no sólo genera ideas que explican y direccionan el proceso de enseñanza intencional y sistematizado, sino que también promueve alternativas para intervenir en dicho proceso.

La didáctica como uno de los aspectos primordiales del videotutorial se pudo concretizar de ese modo, el video, como el medio en el

que circula nuestro objeto de estudio, también tiene sus particularidades propias, que innegablemente inciden en la creación del mensaje. El video fue un laboratorio donde se manifestaron las indagaciones personales y los pequeños grupos de creadores encontraron la convergencia de espacios de difusión inexistentes anteriormente, fue un medio que permitió una interacción más individual, personal y de pequeños grupos para diversas prácticas comunicativas. Su aplicación doméstica transformó en términos absolutos, la relación usuario receptor, con respecto a los grandes medios de comunicación, puesto que representó la oportunidad de tener la producción de la audiovisión al alcance del público.

Sin duda aspectos fundamentales para que fuese posible la idea de un *prosumer* audiovisual. Dado que el video brinda la posibilidad a la sociedad de democratizar el audiovisual y no fue, sino hasta la llegada de las cámaras portátiles al público en general, cuando se dieron a conocer, ideas, expresiones culturales, expresiones artísticas, incluso noticias, en el ámbito audiovisual. El video es un espacio abierto para la libertad de expresión y el *prosumer* se acuñó en éste nicho y no con el cine ni con el formato súper ocho porque, estos últimos son medios que implica una seriedad y sobriedad a nivel de producción que el *prosumer* no emplea en sus audiovisuales. Incluso, el cine es concebido como toda una industria. Por lo que el video es el medio que brinda el sistema propicio en cuanto a infraestructura para que se desarrolle un *prosumer*, dadas las características que se han destacado anteriormente.

La caracterización del videotutorial y la afirmación de la existencia del *prosumer* audiovisual, fueron las motivaciones que guiaron a este capítulo. El videotutorial, es evidentemente una manifestación que nos es probada hasta el auge de la cultura digital, pero provienen de épocas no tan remotas que moldearon su estructura con una finalidad asequible a su momento histórico. Por lo que antes de que el análisis se evocara al universo digital, era indispensable conocer los aspectos sensibles del sistema audiovisual.

TERCER CAPÍTULO
CULTURA DIGITAL

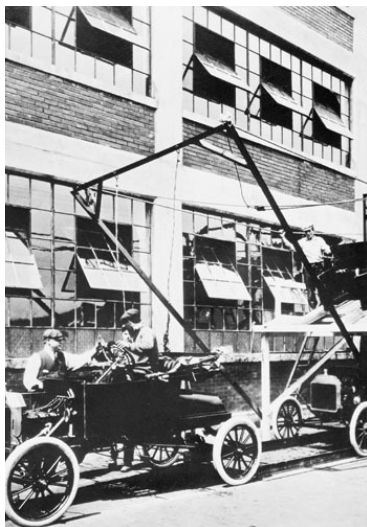
El camino que se fue trazando anteriormente representa los sucesos que fueron sentando las bases que dieron pié a que la comunicación digital, se estructurara de la forma en la que la vivimos actualmente.

Los sistemas computacionales, codificados de forma binaria, trajeron a la sociedad, no sólo un medio de comunicación, sino todo un complejo universo que ha traído, cambios a niveles culturales de gran importancia para la vida social de hoy día.

Pero para que dicha cultura fuera posible, tuvieron que suceder varias cosas en la sociedad. Por lo que a continuación haremos el desglose de lo que hizo posible un universo de tales magnitudes.

POSMODERNIDAD

No podríamos contar con un periodo posmoderno, sin antes haber vivido un periodo moderno, post significa un después, lo que continua, lo que procede. Históricamente el periodo moderno señala un conjunto de hechos que se sitúan a partir del Renacimiento y termina en una fecha comprendida en la primera mitad del siglo XX.⁵⁹ La era posmoderna se reconoce como una etapa que confronta los ideales de la era moderna; surge a partir del momento en que la humanidad empezó a tener conciencia de que ya no era válido el proyecto moderno (es una etapa basada en el desencanto).



35. Fordismo estadounidense.

Diversos autores ubican el inicio de la posmodernidad en hechos distintos dentro de una época en común, algunos relacionan su inicio con la muerte de Nietzsche y la proliferación de su pensamiento, otros con el estallido de la bomba atómica, otros con el Fordismo estadounidense y la reconstrucción nacional de Ronald Reagan y Margaret Thatcher. Lo que es cierto, es que los conflictos bélicos del siglo XX y las corrientes de pensamiento de dicho siglo, son de suma importancia para la caracterización de la sociedad posmoderna.

Como se mencionó en el principio, la confrontación de la modernidad atrajo las bases que dieron cabida a la era posmoderna, entre estos hechos se destaca: el exceso de simulación de las nuevas economías, el triunfo del imperialismo, la tecnología planetaria, dos guerras mundiales, la exterminación de masas, como el holocausto, el triunfo de la cultura del consumismo, de la producción y del ocio, lo efímero de la moda, el predominio de leyes del mercado mundial, el dominio geopolítico, el poder de los mass media sobre la vida de la sociedad, entre otros.⁶⁰

⁵⁹ Revisar modernidad en página 13.

⁶⁰ Fullat, Octavi, *EL siglo postmoderno (1900-2001)*, Pág. 26.

Aunado a esto hubo una alteración crítica en la posición y variación de los mercados financieros dentro del capitalismo, que dejaba fuera a los gobiernos nacionales, creando una inestabilidad sistemática del nacionalismo, dando paso a la globalización. El periodo posmoderno surgió de la constelación de un orden dominante sin clases, como las oligarquías, una tecnología mediatizada, como lo que sucedía con la televisión y una política monocroma, como los tratados internacionales de comercio.

La sociedad encontró cabida en el hedonismo cínico que halló salida abundante en el sobre consumo, hubo una degradación del arte moderno a medida que se iba convirtiendo cada vez más en una mercancía y se integraba a los circuitos del capital. En lugar de pueblo, encontramos a la masa, en lugar del ciudadano aparece el consumidor y el usuario.⁶¹ La posibilidad de los órdenes sociales era un horizonte esencial de la modernidad. Una vez se desvanece esta posibilidad, y ocurren el resto de los sucesos antes mencionados, surge la era posmoderna.

Sus orígenes inmediatos, se hallaban en la experiencia de la derrota, del fracaso del modernismo surge el periodo posmoderno bajo el supuesto de que el mundo andaba mal y que sólo la era posmoderna puede reencaminarlo.

Este periodo se destaca en que no acepta la existencia de una realidad como absoluta autónoma y suficiente. Tras la pérdida de confianza de los proyectos de transformación de la sociedad modernista, sólo cabe concentrar todas las fuerzas en la realización personal. Lo que bien podríamos definir como: “Hoy es posible vivir sin ideales lo importante es conseguir un trabajo adecuado conservarse joven, conservar la salud, etc. Vivir el sueño americano”

Los grandes principios éticos y morales de la modernidad no se mantienen con carácter Universal, se entra en una ética relativa, «*todo depende*». El hombre en la posmodernidad empezó a valorar más el sentimiento por encima de la razón. Los posmodernos niegan las ideas de la modernidad sin analizarlas, ya que esto supondría tomar en serio la razón, rechazan con jovial osadía los ideales propuestos por la modernidad.

El hombre posmoderno se encuentra partido en dos, entre la inmediatez y el porvenir. Su vida inmediata resulta estar medida por la necesidad de dar lugar a la existencia de sí mismo, convirtiendo su vida en una carrera desenfrenada por el éxito de manera automática en vías de la prosperidad, donde sólo prevalece el miedo al fracaso. El hombre se auto interpreta día con día transformando su propia vida en historia o biografía, porque el hombre está dado así mismo por

61 *Idem.*, Pág. 27.

medio de la conciencia, hace lo propio para forjar su autorrealización histórica. Una paradoja puesto que en este periodo la idea del progreso ha dejado de orientar el camino de la historia.

La era posmoderna es el reino de la paradoja, el pastiche, la ironía y el fluir libre de significantes y significados. Aunque en su proyecto se pretendía potenciar la importancia de lo concreto frente a lo abstracto, de lo local frente a lo universal, emancipando así al cuerpo de ataduras y convencionalismos históricos o morales.

Las guerras forman parte del sistema actual. Las esperanzas y la fe del ser humano están depositadas en el reino histórico en lugar de ser dirigidas al reino de Dios. El ser humano ha aprendido a dar una respuesta a sus cuestiones importantes sin recurrir a la hipótesis divina. El ser humano se ha emancipado de toda tutela religiosa. Puesto que el individuo posmoderno obedece a lógicas múltiples; estructura su mundo metafísico tomando ideas judaístas, cristianas, hindúes y añadiendo, quizás, una pizca de marxismo y/o paganismo.

La humanidad posmoderna es simultáneamente unidad y diversidad independientes. Considera todas las dimensiones, obedece a lógicas múltiples y contradictorias entre sí, en lugar de un yo común lo que aparece es una pluralidad de personajes. Todo lo que en la modernidad se hallaba en tensión y conflicto convive ahora sin drama, pasión ni furor. El hombre es materia cósmica, conjunto de células, lenguaje y neuronas, sujeto individual con múltiples mascararas, elemento de lo social, producto de la historia, racional y a la vez alocado.

Los cambios tecno científicos que se suscitaron en la época, señalan que la realidad no es algo fijo sino una apertura interminable (nos quedamos sin absolutos). La tecnología traerá el paraíso terrenal, que el hombre hedonista estaba esperando, la ciudad ideal, una civilización terrenal que llegará a utilizar el trabajo tecno científico. La tecnología es a la vez tecnosistema y tecnocracia. La ciencia se pone al servicio de la técnica.⁶² Por este motivo es que la sociedad posmoderna, mantiene una especie de idolatría por los instrumentos tecnológicos, puesto que brinda a la sociedad, la apertura de un universo nuevo, el universo digital.

Con esta sublevación, la etapa posmoderna es presa de una maquinaria de imágenes, de los llamados massmedia, lo que trajo el nacimiento de lo que algunos conocen como “la sociedad de la información” el televisor y la computadora en red, representan objetos vacíos que privilegian lo técnico por encima del contenido, representan zonas nulas del interior doméstico de cada usuario, que neutralizan la energía psíquica de la sociedad (la política teledirigida).

62 *Idem.*, Pág. 41.

Con el triunfo de la cibernética en las comunicaciones, como lo mencioné anteriormente, los medios resultan más importantes que el contenido y la forma. De igual modo el contenido que circula en ellos, segrega un torrente de imágenes en un collage al estilo surrealista, con el afán de romper todos los convencionalismos anteriormente establecidos en los medios al saturarlos “tanta información encima nos deja desinformados”. Radio, prensa, televisión, cine, internet, engendran una nueva sociedad sobre-informada.

Al parejo de los medios y su afán de unificar el bombardeo se mantiene un modelo económico muy marcado que es conocido como, la globalización; es un proceso de interconexión financiera, económica política y cultural, donde se da una posición dominante del comercio en expansión. Ha traído consigo la homogeneización la progresiva conformación a unos estándares de producción y circulación de productos culturales. Ya no hay más fronteras territoriales para el dinero la información, la comercialización de energía, la destrucción del medio ambiente, el terror.

Finalmente habrá que decir que la explosión de las tecnologías de la información y la facilidad de acceso a una abrumadora cantidad de materiales de origen en apariencia anónimo es parte integrante de la cultura posmoderna y contribuye a la disolución de los valores de identidad personal y responsabilidad, que prevalecieron en el periodo moderno.

El símbolo de la sociedad actual es un tríptico: sociedad de consumo, democracia de masas y medios de comunicación de masas.⁶³

⁶³ Wolton, Dominique, *Internet ¿y después? : una teoría crítica de los nuevos medios de comunicación*, Pág. 35.

COMUNICACIÓN DIGITAL

Lo que se conoce por comunicación posmoderna comenzó, porque la dimensión técnica de la comunicación, ha sustituido la dimensión humana y social, hasta el punto de que algunos investigadores y científicos, como Alvin Toffler, ven en la sociedad posmoderna a una “sociedad de la comunicación” en la que los males de la humanidad serán sometidos y solucionados por medio de los procesos que la misma comunicación brinde al colectivo social, como una clara confrontación al fallido modelo moderno.



36. “La sociedad de la comunicación”.

En los nuevos medios de comunicación, nos encontramos a un razonamiento progresivo, a partir de la premisa de que los resultados técnicos son siempre buenos para la comunicación humana, llega a la conclusión de que las industrias de la información y de la comunicación son la esencia de la sociedad del mañana.

Al tener una “sociedad de la comunicación” sus tres aspectos fundamentales son: el sistema técnico, el modelo cultural dominante y el proyecto que entiende la organización de la comunicación. Con este último punto me refiero a los sectores de la sociedad que mantienen un control sobre los medios masivos y los contenidos que se manejan en ellos.

Estas características han propiciado, que se desarrollen otros aspectos de la comunicación, como la libertad de información y las luchas por la democracia comunicacional, buscados por una sociedad

claramente abierta al cambio, que ha hecho del ideal del estar comunicado, uno de los grandes valores de la sociedad. Y justo es la figura *prosumer* la que está activamente participando en dicho cambio, puesto que manifiesta dentro de su propia esencia, la necesidad de difundir la información entre la sociedad.

La comunicación posmoderna además se caracteriza por el hecho de que la percepción de la comunicación toma el lugar de la percepción del mundo “*El mundo es y sólo es como los medios lo muestran*”. Una característica que prevaleció desde los principios de la fotografía y que en la época posmoderna tomó más fuerza.

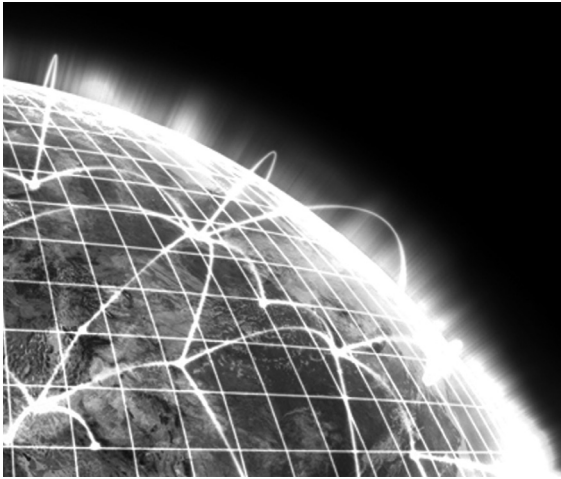
La comunicación se mantiene en el centro de la sociedad, resulta inseparable del movimiento de emancipación del individuo y del nacimiento de la democracia. Actualmente presupone la existencia de seres libres para los cuales la libertad de información y comunicación constituye el eje de las relaciones sociales, al igual que gestiona la libertad individual y la igualdad, además de todo esto representa la condición necesaria para que haya democracia de masas. Y es aquí, donde se destaca los valores que se expusieron en la era moderna. Valores, que se atañen a los individuos que activamente, se comunican dentro del medio digital y concretamente, valores que caracterizan a la figura *prosumer*, como un participante activo de la democratización del medio comunicacional.

Ejemplificando lo anterior, en los medios posmodernos, aparentemente, cada uno puede actuar sin intermediario cuando lo desee, sin filtros ni jerarquías y lo más importante, en tiempo real. Esto da una aparente sensación de libertad absoluta, incluso de poder, de lo que da cuenta la expresión utilizada en internet, “navegar por la red”. Más adelante la explicación de los entornos virtuales nos ayudará a entenderlo de mejor manera.

Del siglo XVI al XVIII la imprenta favoreció al nacimiento del modelo individual y la construcción de un espacio público para la expresión y circulación de las opiniones. Del siglo XIX al XX teléfono radio, televisión y ahora el internet han estado relacionado con el triunfo del individualismo y de la democracia de masas.

Otra característica es que el mensaje que circula en la comunicación posmoderna, pretende ser omnipresente, aplicable al aquí y el ahora, no sólo para cierto sector del mundo sino que pretende ser aplicable a nivel mundial. Pero ciertamente eso es imposible, puesto que no existe un receptor mundial, puesto que se emite el mensaje a una amplia gama de audiencias. A pesar de este hecho, los medios masivos se empeñan en coordinar socialmente todas las perspectivas morales de los mensajes, construyen la imagen del gran mundo como una antítesis de la propia realidad de los espectadores.

En la comunicación posmoderna prevalece otra característica que aún no he mencionado, la anarquía de la información, ésta es una característica importante de esta época pero el tener a la mano un sin número de fuentes de información no significa que represente a una sociedad del conocimiento, puesto que al estar sobre informados se tiende a agobiar a los usuarios. Por lo anterior habrá que hacer una aclaración; información no es conocimiento, informar representa un cambio sobre el sujeto que la consume y la sociedad posmoderna no asimila todo lo que tiene a su alcance, sólo navega sobre la información, por encima de ella, sin una visión analítica.



37. El internet permite una rápida comunicación con personas distantes.

Hay algo de fanfarronada en el hecho de creer que uno es un ser informado sólo con el hecho de tener al alcance un sin número de fuentes de información. Por ejemplo los usuarios de la red tienen acceso a un sin número de bancos de libros digitales, en lugar de ser consultados se sabe que más del 50% de los usuarios en occidente ocupan su tiempo en las redes sociales. En internet existe una anarquía de la información y legitimar cada una de ellas es una tarea que difícilmente podría ponerse en práctica

por el gran número de ellas además que la fascinación de la información predomina sobre el deseo de entenderla mejor.⁶⁴

A causa de su abundancia los sistemas de información se parecen un poco a los supermercados, la abundancia se ofrece a todos sin jerarquías ni competencia, es un mundo abierto accesible a la “sociedad del conocimiento”, da la oportunidad a todos los usuarios, ahí es donde las nuevas tecnologías adquieren una dimensión social, que reflejan una aparente democracia de masas.

Hablando ya específicamente del Internet, la Red se convierte en un modelo social de la utopía, con una población donde los hombres se creen libres, en su condición de usuarios, susceptibles a emanciparse por ellos mismos.⁶⁵ Nos encontramos en el corazón del ideal individualista liberal. El individuo entra y fuera de toda estructura puede desarrollar libremente su competencia, asegurar su destino instruirse intercambiarse mensajes... etc.

64 López Novelo, Roberto Alejandro, *Uso educativo de internet: aplicaciones didáctico comunicativas del correo electrónico y la navegación didáctica*, Pág. 86.

65 Wolton, Dominique, *Internet ¿y después? : una teoría crítica de los nuevos medios de comunicación*, Pág. 96.

Está claro que el acceso a las mismas máquinas no reduce las desigualdades sociales, sino que les da a algunos, al menos, el sentimiento real de que hay posibilidad de cortocircuito. De un aparente desvanecimiento de las clases sociales, puesto que delante de la computadora, todo mundo se convierte en usuario y en términos económicos, no existe una distinción real entre usuarios, lo que representa una virtual igualdad.

INTERNET

El punto cumbre de los medios de comunicación posmoderna es sin lugar a dudas el internet, y en apariencia resulta ser un sistema mediático nuevo, innovador y reformador, pero tiene sus orígenes en el telégrafo. Se asemeja a este medio por tres razones. El internet al igual que el telégrafo proporciona un servicio de comunicación digital. En segundo lugar a un nivel más abstracto pero en esencia similar, el telégrafo basa toda la codificación del medio en dos valores, el punto y la línea, la red emplea códigos binarios, el 1 y el 0. Y en tercer lugar los medios mantienen oculta esta codificación a los usuarios, no se muestran puntos y líneas o ceros y unos sino información decodificada.



38. Tim Berners Lee,
creador de la World
Wide Web.

Surge a principios de los años setentas en el Departamento de Defensa de Estados Unidos de América, en plena guerra fría. El fin del medio, era comunicar ordenadores distantes, de forma descentralizada, para evitar los ataques a un centro de mando. En la medida en que los ordenadores comenzaron a ser accesibles para el público en general en los años noventas, los puertos de conexión fueron aumentando, hasta convertirse en un fenómeno masivo.⁶⁶

⁶⁶ López Novelo, Roberto Alejandro, *Uso educativo de internet: aplicaciones didáctico comunicativas del correo electrónico y la navegación didáctica*, Pág. 38.

Internet puede ser concebido y entendido de diversas formas, de manera simplista podemos establecer que ésta tecnología es un conjunto de redes de ordenadores y equipos físicamente unidos por un sinfín de cables que conectan nodos en todo el mundo.



Claro que estas características no terminan de definir lo que es el fenómeno internet y a las semejanzas que tiene con el telégrafo, habrá que añadir una característica que es de suma importancia y es que se emplea como el gran medio de comunicación de masas. Aunado a esto, habrá que resaltar una característica que no se le había visto a medios anteriores, me refiero a que es un medio multimedia, esto quiere decir que exige del individuo varios sentidos y además requiere una interacción indispensable del usuario.

39. *Internet mantiene el fin particular de aglutinar grupos humanos con intereses comunes.*

Un sistema multimediático de esta índole es descentralizado y auto organizado, su función recae en un fenómeno colectivo, donde los componentes elementales de cada usuario, (que bien pueden ser, necesidades o intereses) despliegan comportamientos que hacen emerger los mensajes que dan la movilidad a la red.

Por esta razón se dice que el internet permite de cierta forma la unidad social, la democracia de masas, la democratización del mensaje y la libertad del individuo, que en lo posterior será denominado con el nombre de usuario, puesto que ese término soluciona de mejor forma el fenómeno que mantiene el individuo con la red. El término receptor o espectador, no caracterizan las posibilidades que tiene el individuo que hace uso de este medio, puesto que interactúa con él, es un individuo activo.

El internet presenta tres funciones básicas como sistema mediático; Información, expresión y comunicación. Hay que tener sumo cuidado con encontrar un significado profundo del internet, vemos en él, un ámbito de comunicación libre, sin restricciones, un espacio de libertad que vence todas las obligaciones de los medios de comunicación clásicos, en esencia la red no es un medio de comunicación es un sistema de transmisión y de acceso que permite las funciones anteriormente mencionadas.

La nueva información del internet está más cerca de la acción, pero más que estar cerca de un proceso activo se concentra en la

interacción de los usuarios. Para esto la información se somete a una tipificación, este acto se trata de un esfuerzo de democratización más que de una especialización de las informaciones, esta clasificación se lleva a cabo en función de los diferentes requerimientos del usuario.⁶⁷

La inmediatez en la red es sin duda una de las características que prevalecen no sólo en los medios sino también en la sociedad posmoderna. Internet permite la interconexión con un sinnúmero de ordenadores ubicados en lugares muy distantes unos de otros en muy poco tiempo, lo que significa que la información circula rápidamente.

La comunicación en internet por su parte es probablemente uno de los sectores de la realidad en que la demanda de conocimiento es más débil. Puesto que para los usuarios, la crítica y la explicación son procesos abstractos, no se presentan de manera constante la reflexión, puesto que se consumen en mayor medida las imágenes las cuales a diferencia de la explicación textual, son hechos concretos. Para que se genere conocimiento lo que se necesita no es sólo conectividad sino también organización de la información, se requiere de una conexión organizada, que deje de lado la fe ciega en la imagen.

El conocimiento se genera cuando se es capaz de contrastar la información, de incorporarla a nuestro esquema de conocimiento previo, discutirla, comunicarla a otros y hacer un uso productivo no sólo para el emisor de la información sino a toda la comunidad que se encuentra ligada. Por esto asumir a nuestra sociedad como una *sociedad de la comunicación* o una *sociedad del conocimiento* es erróneo, se define mejor como *sociedad de la información*. La generación del conocimiento es discutido; El flujo de la información es evidente.

La rapidez y el caudal de la recepción de las informaciones aumentan sin cesar en la sociedad, de una manera que no está en armonía con el ritmo del pensamiento humano. La red está moviendo a la sociedad actual a un mundo virtual, en donde el acceso a la información ha comenzado a tener gran demanda. La revolución del internet engloba todo a su paso, integra cada vez más servicios y abre más posibilidades de interacción por todas partes, el cambio no es sólo técnico sino también cultural.

Con este cambio quiero dejar de manifiesto lo que mencionaba anteriormente con los medios posmodernos, la comunicación se mantiene en el centro de la sociedad. Los cambios de interacción de la red, como todo medio emergente ha traído nuevos fenómenos a la sociedad. Por ejemplo, en la red se puede ser un buen internauta y aún así tener las mayores dificultades para entablar una conversación con el vecino de frente de nuestra casa.

⁶⁷ Wolton, Dominique, *Internet ¿y después? : una teoría crítica de los nuevos medios de comunicación*, Pág. 105.

La comunicación en la red plantea problemas desde el punto de vista antropológico, puesto que el tiempo de las nuevas tecnologías es homogéneo, racional, listo, mientras que el tiempo humano es siempre discontinuo y diferenciado. Circulamos por un presente digital que no para de ampliarse. Hay mucha diferencia entre la rapidez de los sistemas de información y la lentitud de la comunicación humana.⁶⁸

La red, de igual forma propicia que los usuarios presenten un destape de la vida privada, porque en el ámbito privado de un emisor se producen los mensajes, se envía a través de un ámbito público y es recibido en el ámbito privado del receptor. Por esta razón no se puede aplicar el concepto de aldea McLuhaniana al internet, puesto que no hay plazas públicas ni casas privadas, la estructura habitacional de una villa se disgrega. La red asemeja más a un cerebro, que una aldea, Flusser lo llama “cerebro cósmico” donde se envían mensajes y se reciben por igual en una red donde todo está conectado entre sí pero no existe un usuario privilegiado, es una organización heterojerárquica.

No hay que dejar de lado una característica que se le brinda a los usuarios en la red, me refiero al anonimato, la libertad aparente que prevalece en el medio, también brinda la posibilidad de liberarse de sí mismo y optar por ser lo que mejor le resulte ser. Esta característica de deconstrucción de la personalidad es quizá propiciada por la misma sociedad posmoderna, pero es una realidad que el anonimato en la red es un fenómeno que debería de ser abordado con mayor detalle. Aunque analizar dicha característica, implica enfoques distintos a los de esta investigación, es importante reconocerla, puesto que también involucra a la caracterización de la figura *prosumer*.

Al haber una deconstrucción de la personalidad, se corre el riesgo de caer en una multiplicidad de personalidades, dado que internet no es un solo entorno, sino varios, que se encuentran superpuestos y varían en ciertas características esenciales unos de otros y ciertamente los usuarios los afrontan de formas distintas.⁶⁹

Es muy aventurado, suponer que los usuarios de la red puedan presentar una especie de esquizofrenia digital, pero lo que si podemos asegurar es que el comportamiento del usuario es distinto y hasta determinado por el entorno virtual en el que se asiente. Lo que nos hace pensar que los entornos presentan una incidencia clara sobre sus usuarios.

Por lo que habrá que ahondar más en las características propias de cada entorno. Internet cuenta con diversos entornos digitales que son:

⁶⁸ *Idem.*, Pág. 115.

⁶⁹ López Novelo, Roberto Alejandro, *Uso educativo de internet: aplicaciones didáctico comunicativas del correo electrónico y la navegación didáctica*, Pág. 42.

- Messenger.
- Correo electrónico.
- World wide web (WWW).
- Interactive Relay Chat (IRC).
- Bulletin Board Systems (BBS).
- Newsgroups (Foros).
- File Transfer Protocol (FTP)
- Metamundos.
- MUD.
- Weblogs.
- Redes sociales.

De la anterior clasificación, sólo se profundizaran en los dos últimos, dado que son los entornos donde se desempeña el *prosumer* digital que buscamos caracterizar. Y bajo el supuesto que se acaba de mencionar, indagaremos sobre la estructura y características de los *weblogs* y las redes sociales con la finalidad de encontrar indicios que nos reflejen propiedades antes no expuestas del *prosumer*.

REDES SOCIALES

En la actualidad, se podría afirmar que la plataforma de comunicación digital más importante del internet son las Redes sociales. La web se está convirtiendo en una herramienta indispensable para el desarrollo de cualquier actividad, sea de entretenimiento, escolar, laboral e incluso las relaciones sociales no pueden escapar de dicho universo. El internet se ha convertido en un sistema de comunicación de amplia cobertura que ha crecido de forma exponencial a pesar de todas las crisis económicas, que nuestra sociedad ha vivido en estos años. Los costos de acceso han disminuido y la sociedad tiene mayor oportunidad de comunicarse a través de la web. Con esto no trato de afirmar que la disminución de los costos es el motivo de la proliferación de los internautas, es simplemente otra de sus causas.

La concepción de redes sociales no es un aporte innovador de la web, es una característica propia del ser humano el relacionarse en grupos con un fin común, por ejemplo; familia, comunidad, pueblo, etc. Es una tendencia natural el buscar la compañía de otros, puesto que la interacción social es indispensable para el desarrollo de las características que nos convierten en humanos, como la cultura. Se ha comprobado que las relaciones interpersonales desempeñan un papel significativo en la proyección física y psicológica de las personas. Las relaciones sociales contribuyen a proveer un sentido particular a la vida de sus miembros; a favorecer una organización de la identidad propia a través de los ojos de los otros por medio de una retroalimentación cotidiana.⁷⁰

Las redes son formas de interacción social definidas por un intercambio dinámico entre personas, grupos e instituciones en contextos muy particulares. Es un sistema con gran apertura y en constante

⁷⁰ García Cortés, Claudia Lizzete, *Redes sociales y su relación con el consumo de drogas*, Pág. 15.

construcción que involucra a diversos conjuntos que mantienen una identificación en sus necesidades y problemáticas, organizadas para potencializar sus recursos. La intervención dentro de las redes sociales es un intento reflexivo y organizador de esas interacciones e intercambios, donde el sujeto se funda a si mismo diferenciándose de otros.⁷¹

A demás de que evidentemente las redes promueven el sentimiento psicológico de comunidad, proporcionan una ideología que da significado a las circunstancias particulares de la vida diaria, por medio del contexto social, proporcionan modelos de conducta y marcan formas para afrontar las problemáticas de la vida cotidiana.

De acuerdo con Sluzki las redes sociales poseen tres características primordiales:⁷²

-Estructural: las propiedades de la red en su conjunto, tamaño, densidad, homogeneidad, posición social.

-Funcional: están determinadas por el tipo de intercambio entre individuos, el apoyo emocional, guía cognitiva, regulación o control social y ayuda material.

-Atributos del vinculo: esta característica comprende el tipo de relación que existe entre los usuarios: reciprocidad, multidimensionalidad, intensidad (grado de intimidad) frecuencia de contactos e historia de la relación.

El análisis de redes sociales se enfoca a estudiar las relaciones específicas entre una serie definida de elementos. Centrando su atención en los vínculos existentes entre ellos y no en los atributos de cada uno.

Claudia García enumera tres principales enfoques en su Tesis de licenciatura, desde los cuales, puede abordarse el estudio de las redes sociales:⁷³

-La teoría de “usuario-red”, la cual considera a la red como una configuración de sistemas de alianzas de personas y sistemas de aquello que conecte a la gente, siendo estos sistemas interdependientes.

-La noción de red como mecanismo de coordinación social, donde la red es vista como una estructura orientada al abordaje y solución de problemas, vinculando actores de distintos entornos institucionales.

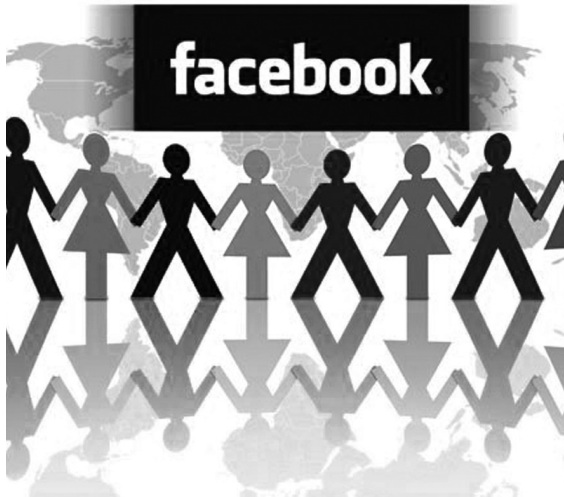
71 Romo Cortés, Claudia Lidia, *Las redes sociales como una herramienta de mercadotecnia para el posicionamiento internacional de las empresas*, Pág. 35.

72 Sluzki, C., *La red social: Frontera de la práctica sistémica*, Pág. 25.

73 García Cortés, Claudia Lizzete, *Redes sociales y su relación con el consumo de drogas*, Pág. 11.

-Y finalmente, el análisis formal de redes sociales, haciendo hincapié en su contexto y la orientación básica de las redes.

La sociedad, con la llegada del sistema mediático Internet, fortaleció la idea de red social y propicio que creciera con una gran rapidez. Actualmente es un entorno muy concurrido, donde se realiza la interacción social. Millones de usuarios del mundo comenzaron a explorar las posibilidades que ofrecía internet, dando lugar a la conformación de múltiples comunidades que en mayor medida han satisfecho necesidades de comunicación, información y entretenimiento. Puesto que se ha comprobado que los usuarios de la red se inclinan más hacia los contenidos relacionados con el ocio que a la propia difusión de información con carácter, científico o académico. Esto ejemplifica lo que se había venido diciendo, respecto a la sociedad del conocimiento, los usuarios “navegan” no contrastan informaciones, los mensajes y la información, simplemente fluyen entre las vías de comunicación. Las prioridades de los usuarios, privilegian al esparcimiento sobre cualquier otra actividad relacionada con la información.



40. FaceBook es la red social de preferencia, entre los usuarios de internet.

Una red social en internet es una estructura social que se puede representar esquemáticamente en forma de varias líneas en todas direcciones, que se cruzan entre sí, en la cual los nodos representan a los individuos y las aristas a las relaciones entre ellos. Se interactúan con otras personas, se comparten intereses, se externalizan preocupaciones o necesidades en un sistema abierto, dando cabida a establecer vínculos afectivos y de negocios.⁷⁴

La idea de red social es una característica propia del ser humano, pero la concepción de esta en un ámbito digital tienen un fundamento en la teoría de los seis grados formulada en 1967 por el psicólogo Stanley Milgram de la universidad de Harvard, en la que se plantea que cualquier persona del mundo a través de una cadena de conocidos puede estar conectada con otra a través de una cadena de un máximo de seis personas, ampliando la posibilidad de interactuar con otras personas aunque no sean conocidas.⁷⁵ Esta idea está fundamentada bajo la creencia que el número de conocidos crece ex-

⁷⁴ Romo Cortés, Claudia Lidia, *Las redes sociales como una herramienta de mercadotecnia para el posicionamiento internacional de las empresas*, Pág. 35.
⁷⁵ *Idem.*, Pág. 38.

ponencialmente con el número de enlaces en la cadena y bastan unas cuantas personas para completar los enlaces de la población entera.



41. Stanley Milgram

Como principal antecedente de las comunidades virtuales o al menos la considerada como más antigua es la red social *Well*, lanzada en 1985, desarrollada por un grupo de personas que buscaban crear una comunidad interesada en la tecnología que radica en San Francisco. Con la llegada de *Well* aparecieron otras con características muy similares, pero no fue sino hasta 1997, donde se creó *Sixdegrees* siendo la primera red que implementara un servicio que permitió crear un perfil

personal, agrupar contactos e intercambiar mensajes.⁷⁶

Con las bases ya cimentadas, comenzó el auge de las redes sociales a principios del año 2003 con el nacimiento de *LinkedIn*, una red social especializada en relaciones empresariales. Posteriormente, surge *My Space*, que en su momento fue considerada como la red social más grande; en el mismo año se lanza *Hi5* que consiguió agrupar poco más de 50 mil usuarios. En 2004, fue creada *Flickr*, que permitía a los usuarios el intercambio de fotografías. En ese mismo año se desarrollo *Orkut*, perteneciente a *Google*, el cual obtuvo gran popularidad, pero poca permanencia. En el mismo año fue fundada la red social más importante actualmente, *FaceBook*. Así la evolución de las redes sociales desde su aparición, en un lapso de tiempo muy corto han desarrollado una gran cantidad de aplicaciones y su popularidad incrementa en forma exponencial.

En principio, las redes sociales mantienen la referencia de las personas con que se relacionan, ya sean previamente conocidas, o que se cree el vínculo por medio de esta. Su funcionalidad radica en un grupo pionero que realiza la invitación a amigos y conocidos para integrarse a la red social, su crecimiento queda sujeto a todos los nuevos miembros que se van incorporando, pueden ser invitados o se agreguen por iniciativa propia.⁷⁷

Los nuevos lazos propician el crecimiento de la red, lo que genera nuevas relaciones. Existe una pluralidad, aunque los enlaces se crean a base de afinidades y preferencias. En Estados Unidos de América es el lugar donde se tiene una mayor participación en redes sociales,

⁷⁶ *Idem.*, Pág. 39.

⁷⁷ *Idem.*, Pág. 36.

seguidos por latino América y Europa. Su trascendencia cultural es de suma importancia, según la compañía *Nielsen* el tiempo que se emplea en las redes sociales representa el 67% del tráfico de los usuarios a nivel mundial de internet.⁷⁸

La importancia de abordar este fenómeno cultural en el proyecto radica, en que las redes sociales representa el escaparate del *prosumer*, la caracterización del entorno nos ha mostrado que la cantidad de vínculos que se mantienen en la red son inimaginables y el tránsito de información, tiene una apertura que no se presentaba con anterioridad en otros medios.

De las características que se mencionaron de la red debo hacer hincapié en un dato que quizá se mantuvo desapercibido. Como se dijo, las redes satisfacen, necesidades de comunicación, además de entretenimiento y los internautas prefieren los contenidos de esparcimiento sobre cualquier otro. Debido a esto, no hay que dejar pasar el hecho de que los contenidos en web con fines didácticos son los que motivan a esta investigación. Y aunque son los contenidos que reflejan la minoría dentro del cumulo de mensajes digitales, pueden ser perfectamente identificados dentro del entorno del *blog* o la *bloggosfera*. Puesto que dentro de estos, prevalece la reflexión, la crítica y el uso de la información con fines didácticos. Por lo que será el siguiente punto a desarrollar.

78 Nielsen, *Where you spend your time on a network?*, [Documento Web]

WEBLOGS

Los inicios del *blog* se remonta a la página desarrollada por el creador de la World Wide Web, Barners-Lee, donde, se hacía una valoración de las novedades que traería la web. Hay discrepancia al respecto, puesto que en sentido muy estricto la línea que dividía en ese momento, la diferencia entre un *weblog* y una página web era muy estrecha, por lo que aquel primer acercamiento, no puede ser considerado del todo como un *blog*.



42. Logotipo de
Diaryland.com

Para finales de los noventas, comienzan a surgir exponentes representativos, al igual que sitios que adquirieron popularidad entre los usuarios, entre los autores más conocidos se encuentran; David Winer, Cameron Barret, Jorn Barger (inventó el término *weblog*), Peter Merholz, entre otros, en lo que respecta a los sitios que brindaban ese servicio se encontraban *Diaryland.com* y *Pyra*, está última fundada por un programador llamado Evan Williams a los 20 años de edad (posteriormente el sitio se convirtió en lo que actualmente es Blogger), Williams posteriormente colaboro en la creación de Twitter una de las dos redes sociales más importantes en nuestros días.⁷⁹

⁷⁹ Sánchez Badillo, Jorge, *Los weblogs como herramienta para la construcción de la información en internet*, Pág. 102.

Existen diversos tipos de *weblogs*, y son clasificables dependiendo del medio que se emplee en su elaboración, ya sea video, foto, audio y a modo de escrito. Sus nombres serían *videoblog*, *fotoblog*, *podcast* y *blog*, respectivamente. Los *blogs* más importantes, se encuentran en Estados Unidos, y España es el máximo exponente de los de habla hispana.

El *Weblog* también es conocido como *blog* o *newspage*,⁸⁰ es una herramienta que brinda a los usuarios la capacidad de ser publicados en web, aunque para ser sinceros, esta definición es poco clara y podría designar, de igual forma a un sitio web personal. Para esclarecerlo, a diferencia de las páginas que circulan en la red, el *blog* es un sitio estructurado, que originalmente fue pensado como un diario personal, sin fines de lucro. Dentro de este formato se vierte la información en una especie de artículo denominado *post* y son publicados cronológicamente por el autor que se conoce como *blogger*. Mantienen información de interés común con respecto a diversos temas.

Dentro de todos los entornos digitales, los *weblogs* son la plataforma que ha brindado la posibilidad de mantener además de la interactividad contenidos que están enfocados no sólo a la información sino también a la didáctica. Este hecho se manifiesta en los múltiples debates que suelen sucitarse dentro de los *blogs*, así que la información no se transmite unidireccionalmente sino que es una retroalimentación entre los participantes.

De igual forma los contenidos en el *weblog* permiten la referencialidad a otros *blogs*, dando pauta a la creación de redes y la comunicación con otros usuarios, puesto que el medio digital se mantiene sujeto a la crítica de sus usuarios, por lo que podemos afirmar nuevamente que mantiene una estructura interactiva y dinámica novedosa privilegiada por esta clase de vínculos conocidos como el hipertexto.

*Su estructura hace posible realizar lecturas cronológicas, temáticas, siguiendo líneas entre posts o con búsqueda de palabras. Es posible que se formen comunidades de Weblogs a partir de intereses comunes.*⁸¹

El proceso de elaboración es muy sencillo ya que el usuario tan sólo llena unos formularios que llevan a cabo la construcción del sitio. Aunque no siempre fue así, la llegada de *blogger* al universo del *weblog* (un sitio de *weblog* gratuito muy fácil de usar, con una amplia gama de usuarios, comprado recientemente por *Google*) trajo mejoras muy importantes para su proliferación, puesto que hizo más amable la interfaz al crear herramientas que simplificaban los procesos de programación y diseño del sitio.

⁸⁰ *Idem.*, Pág. 97.

⁸¹ *Idem.*, Pág. 99.

Entre las herramientas y recursos que se pueden encontrar en un *blog* ubicamos:⁸²

- Posts.
- Lista de enlaces a otros *blogs*
- Archivos con anotaciones anteriores.
- Enlaces permanentes a otros sitios de interés.
- La posibilidad de añadirle comentarios.

Los *Post* son la parte más importante de un *blog* también es conocido como el cuerpo o el artículo, es propiamente el contenido del *blog* y se colocan cronológicamente, de forma que el más reciente se posiciona de primera instancia en la parte superior de la página. Además de dichos elementos, el formato, brinda la oportunidad de hacer varias referencias, ya sea a la fuente de donde se obtuvo un artículo, puntos de vista que apoyen la idea o datos que amplíen el tema que se desarrolla. Las funciones más importantes de las referencias o enlaces, son citar y ampliar la información con datos que no se pueden poner en el *post*. Por supuesto toda la información respaldada bajo el pseudónimo del autor.

Planeta Smartphone acuesta@gmail.com Escritorio Mi cuenta Ayuda Salir

Creación de entradas Configuración **Diseño** Ver blog

Básico **Publicación** Formato Comentarios Archivo Feed del sitio Correo electrónico OpenID Permisos

Publicar en un dominio personalizado

Cambiar por: • [blogspot.com](#) (servicio gratuito de alojamiento de Blogger)

Consejo: Si deseas publicar en un servidor FTP externo, tendrás que establecer "Lectores del blog" en "Cualquiera" o utilizar una [plantilla clásica](#).

Opciones avanzadas

¿Necesitas un dominio? [Compra uno ahora](#)

Tu dominio

(Por ej., [blog.ejemplo.com](#))

Primero debe registrarse correctamente el dominio. (Instrucciones de configuración)

¡No nos olvidamos de tus lectores!

<http://planetasmartphone.blogspot.com> te redireccionará al dominio personalizado.

43. Interface de Blogger.com

La otra parte trascendental del *blog* son los comentarios y ahí es donde se presenta un avance mediático en lo que respecta a los medios de comunicación. Se cuenta con un sistema que propicia la participación de los espectadores, sin complejidad alguna. Y aquí ya vemos expresa la esencia del *prosumer*, puesto que hay una retroalimentación, los mensajes producidos por los emisores, son comenta-

⁸² Sánchez Badillo, Jorge, *Los weblogs como herramienta para la construcción de la información en internet* Pág. 53.

dos por los receptores, que, al exponer su visión a la luz de todos en el medio, se convierten en emisores, enriqueciendo el mensaje, que resultará de utilidad para nuevos usuarios, ajenos a esta interacción.

La inmediatez, propia de la comunicación digital es otra de las características del *blog*. Lo cual permite la confrontación de ideas, la retroalimentación y de antemano una pérdida de solemnidad al brindar la información, haciendo del mensaje una información más directa, incluso personalizada.

Todos los *post* se encuentran archivados en la red, para que de un momento a otro los usuarios puedan tener acceso a la información anterior. Lo cual rompe una secuencialidad que se había mantenido en los anteriores medios de comunicación, (a excepción del periódico) y pone la información de manera permanente sin perder vigencia tan pronto, los temas no son considerados nuevos o viejos, a pesar de que el concepto de inmediatez se encuentra muy ligado al Internet. Y esta característica podemos destacarla como propia de los mensajes textuales al igual que audiovisuales. Los video tutoriales, por ejemplo, también reflejan este sentido de vigencia casi permanente propia de los *blogs*, el mensaje no es tan efímero como parece.

Los medios tradicionales por su parte, prefieren hablar de algo que tendría continuidad en sus espectadores, temas que despierten el interés y el morbo, el comportamiento del *blog* va por temas contrarios a este.

Aunque se cree que los *bloggers* hacen uso de los medios que preceden al internet como referencia, aportan su propio punto de vista, estableciendo su propio perfil ante los usuarios, además de que la retroalimentación entre ellos como lo mencione anteriormente, es una característica propia de este formato. Algunos autores creen que tienen mayor calidad que los medios porque no están sujetos a intereses comerciales ni al *rating* y que tocan temas que a los medios no interesan, sobre todo asuntos muy puntuales, como afinidades por objetos extraños o textos de autores poco conocidos. Los *blogs* posibilitan en gran medida la construcción de la información como forma cultural distinta a la de los medios de comunicación. Constituyen nuevos escenarios virtuales, crean dinámicas distintas para la publicación de información. Parecido a lo que en la época moderna, definimos como panfleto, o lo que en su momento también se estableció como *fanzine*. Cumple exactamente con la misma utilidad social.

Las rutinas en los *bloggers* no son rígidas ni se pueden explicar de una sola forma. Lo que presencian se alterna con lo que obtienen por fuentes indirectas. Exponen experiencias directas o indirectas, siempre matizadas por la referencialidad de los enlaces. En la interfaz que reviste al video tutorial, también proliferan los enlaces a otras fuentes, o a temas de interés parecidos.

Lo que para objetivos de esta investigación resulta de suma importancia es resaltar una característica muy propia del *blog*, la interacción entre usuarios, y la misma interacción del usuario con el entorno virtual. Puesto que el flujo de información, se potencializa además de que se enriquece.

La información en los *blogs* como forma cultural se construye como una negociación en la que el techo cultural del autor no se consolida como en los medios tradicionales, sino que comparte el medio con el lector y entre ambos modelan un tema, configuran la información como forma cultural. Permiten una horizontalidad de la información, y un acercamiento más directo con la realidad social.

El autor puede responder los comentarios en el mismo nivel que los que ingresan en el *blog*. Se encuentra dispuesto a modificar algún contenido, motivado por la participación de sus lectores, quienes resaltan un asunto en el *blog* y al hacerlo a los ojos de todos los usuarios, con los comentarios y no en privado, crea una presión social que influye en el autor. Y más allá de evidenciarlo, propician el debate dando flujo a la información, puesto que el *blog* exige una mayor participación del usuario.

Después de todo lo anterior, aún me parece que los *bloggers* esconden características que no podemos vislumbrar a simple vista; por ejemplo, hasta cierto punto se mantiene el anonimato, siempre bajo el cobijo de un alias o *Nickname*, por ese lado debo decir que esta facultad no sólo la brinda el blog sino todo el internet en general, (como lo mencione anteriormente al caracterizar el medio) y mi cuestionamiento va dirigido a que el anonimato puede generar desconfianza en los contenidos que se presentan dentro del mismo *blog*, puesto que, finalmente la libertad de comunicación no está estrictamente condicionada por una serie de protocolos de autenticidad de la información. Aunque es aquí donde la participación de los usuarios o *prosumers* cobra sentido, debido al hecho que señalé, respecto a la interacción. La misma comunidad debate la veracidad de los contenidos.

Por otro lado, los motivos que impulsan a un individuo a desarrollar un *blog* tampoco están del todo claros, según una encuesta realizada por Jorge Sánchez Badillo en su proyecto de tesis de maestría, lo que impulsa a un individuo a verter información en un *blog*, va desde desahogar sus problemas, compartir su conocimiento, conocer a otros, hasta el simple impulso de informar se manifiesta dentro de las posibles causas.⁸³ Por lo que lo único que queda de manifiesto es que no hay una sola intencionalidad que unifique el acto que conlleva la realización de un *blog*.

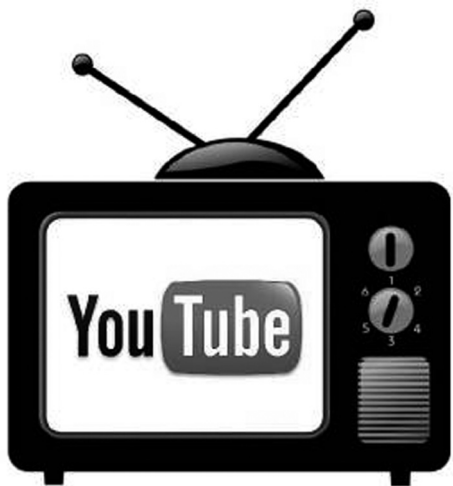
83 *Idem.*, Pág. 182.

Lo que si podemos asegurar es que siendo un formato que propicie las libertades de expresión, difícilmente podríamos hablar de un medio totalmente objetivo, siendo tan abierto a una infinidad de temas, nuevamente se presta para contenidos cuestionables y más que cuestionables, debatibles. Lo cual de cierto modo nos ayuda a contextualizar ampliamente nuestro entorno cultural, al tener una gama muy diversa de opiniones que se mantienen fluyendo confrontándose e interactuando entre sí, la característica más importante de este entorno digital, es la constante interacción de opiniones.

Podemos apreciar que los *prosumers* del *blog* hacen uso del debate como recurso, didáctico para el enriquecimiento de su propio conocimiento. Lo que quizá nos manifieste una intención comunicacional del *prosumer*, la búsqueda del enriquecimiento de su propio conocimiento en base al debate, por las razones que se fueron exponiendo en este tema, aunque, por ahora no se ha tomado como vía al video, sino a las publicaciones textuales, este acercamiento, nos brinda un panorama, menos ajeno al que teníamos al inicio.

YOUTUBE

El *blog* fue útil para encontrar el nicho donde el *prosumer* digital se desenvuelve con una aparente intención didáctica, pero aún no se ha establecido una reflexión acerca del video dentro del sistema mediático internet.



44. Logotipo de
YouTube.com

En la red, hay un sitio que ha tomado una fuerza impresionante dentro del contexto digital, fundado a principios del año 2005 por Chad Hurley, Steven Chen y Jawed Karim, llamado “*YouTube*”. Es un portal que ofrece un servicio similar a los que se presentan en las redes sociales y los *blogs* sólo que la información que se comparte en este entorno es por medio del video. En la actualidad existen varios sitios parecidos e incluso han surgido portales especializados en temas muy concretos en video, pero *YouTube* fue el portal que marcó

la pauta en su ramo; con la adquisición de su actual dueño *Google* se ha establecido como el sitio más importante de videos en la red.

El acceso al sitio es libre puesto que no se establecen exigencias como registro para poder visualizarlo. Permite a los internautas ver, crear y compartir videos en formatos digitales definidos por las particularidades del sitio. Lo que brinda la posibilidad de subir a la red videos hechos por cualquier usuario que tenga una cámara y pueda transferir su video a alguno de los formatos digitales que permite el

portal. Haciendo uso de las características de internet, *YouTube* da acceso a una participación masificada de los usuarios como creadores de videos.

El término *YouTube* es un acrónimo en inglés, formado por las palabras “You” y “tube”, conceptualmente, plantea la noción de una pantalla que evoca la antigua televisión de tubos catódicos, por lo que en una traducción simple se descifraría como “tu tubo catódico” o “tu televisión”, aunque va más allá de una recepción televisiva, en realidad evoca a los dos actos que conlleva el fenómeno televisivo, por lo que el término se entendería mejor de la siguiente manera “tu receptor y transmisor de difusión televisiva” lo que de cierto modo sugiere la conversión del usuario en transmisor audiovisual, o lo que hemos venido caracterizando a lo largo de la investigación como *prosumer*, debido al hecho de tener a un emisor y a un receptor contenidos en el mismo individuo.

El sitio maneja un mensaje verbal que acompaña el ícono *YouTube*, una especie de slogan, aunque más que un lema corporativo representa toda una ideología, el mensaje es “*Broadcast Yourself*”. La traducción la definiremos como “difusión de ti mismo” o “difúndete”. Aunque va más allá, el eslogan en realidad se debe comprender dentro del marco conceptual del espectáculo, puesto que plantea una “auto-difusión” mediatizada, a una escala que sería impensable sin hacer uso del poder de difusión del internet.

La lógica del “espectáculo” según Guy Debord queda descrita perfectamente con los siguientes valores: banalidad, mercantilismo, instantaneidad, fama efímera, voyerismo, simulación, representación ilusoria y construcción centrada en el “yo”.⁸⁴ Debord, expone la firme creencia en que el mensaje del medio masivo, en su carácter “espectacular” incide en la edificación de la visión del mundo y que dicha “espectacularidad” se encuentra sujeta al enfoque de los grupos hegemónicos socialmente dominantes, creando una reconstrucción material de la realidad física, que incluso ocupa el lugar de la propia realidad, para dar paso a una simulación del mundo, que a la postre se convierte en el eje de las motivaciones eficientes de la sociedad. Afirmando que la humanidad vive a través de una representación, vive una apariencia.⁸⁵

Por ese lado la función “espectacular” de *YouTube* reúne las siguientes características:⁸⁶

- El sitio posee una componente dominante visual y auditivo.
- El espacio es ubicuo y virtual, permanece paralelo a la realidad física.

⁸⁴ Debord, Guy, *La sociedad del espectáculo*, Pág. 43.

⁸⁵ *Idem.*, Pág. 68.

⁸⁶ *Idem.*, Pág. 55.

-El sitio reúne la condición de ser perceptible y sujeto a contemplación.

-Establece una relación entre usuarios de “productor” y “consumidor” alternativa e indistinta.

-La interacción entre usuarios es diferida en tiempo y espacio.

-La escena es la interfaz y los escenarios de los diversos productos audiovisuales.

-El público es el universo de usuarios que participan interactivamente ya como productores/autores o consumidores/lectores.

En su carácter “espectacular” el sitio se encuentra insertado dentro de un universo virtual, que bien podría ser afrontado como una simulación de la realidad física. En *YouTube* prevalece lo visual y auditivo, sobre el resto de los sentidos, lo que podría suponer que el medio aparta a la audiencia convirtiéndola en simple espectadora, lo cual lo cual se ha descartado ampliamente, pues el medio internet se caracteriza por la interacción. El sitio responde a la lógica de la cultura como mercancía puesto que la información se produce masivamente para ser consumida por la audiencia en la red.

Su esencia centrada en la “espectacularidad” queda revelada de cierta forma, aunque al igual que el término *YouTube*, el slogan “*Broadcast Yourself*” se propone en dos sentidos: por una parte, el usuario se asume como poseedor de una vía que convoca el carácter de creador apoderado de la misión del sitio “la auto-difusión” y por otra lado, sintetiza el principio orientador y definidor de la existencia de los sitios de Internet de su tipo, crear y compartir videos interactivamente, lo que la figura *prosumer* desarrolla activamente.⁸⁷

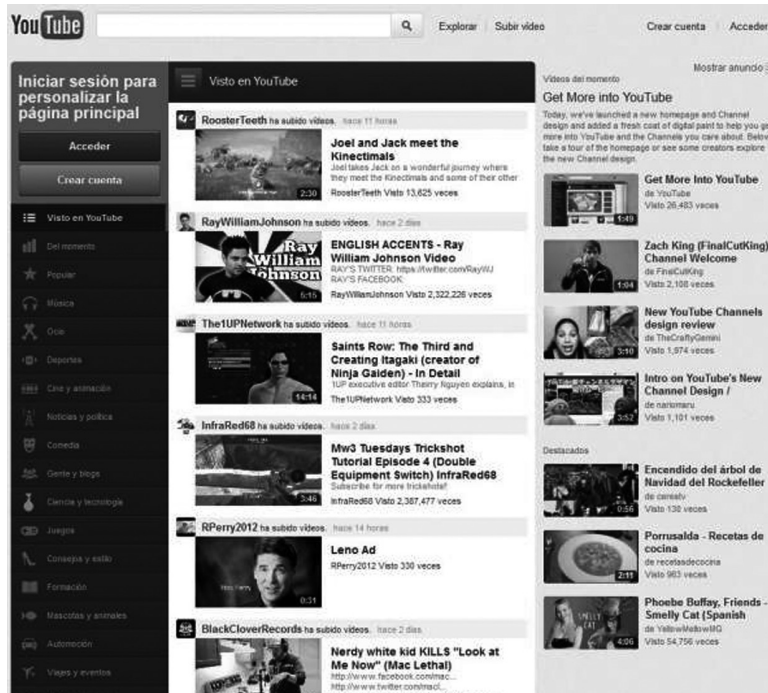
En YouTube no se tematizan los contenidos, aunque en la página de inicio se proponga cierta jerarquización. Es de notar que la barra de búsqueda está jerárquicamente priorizada en el diseño de interfaz de usuario, de manera que la concentración semántica por jerarquía temática es en principio una elección del usuario. La organización y jerarquización cumple una función interactiva además una función cognitiva, en tanto que activa un conjunto de conocimientos que conducen pragmáticamente a reconocer fuentes asignar grados de confiabilidad identificar selecciones con más alta probabilidad de atender las necesidades de contenido requeridas.⁸⁸

⁸⁷ Pardo Abril, Neyla Graciela, *Revista Latinoamericana de Estudios del discurso*, Pág. 84.

⁸⁸ *Idem.*, Pág. 85.

El sitio, de inicio te abre la ventana para que accedas al contenido deseado, pero una vez hecha dicha elección, se configuran enlaces que vinculan la información solicitada con ramificaciones de la misma. Propiciando la navegación entre los contenidos.

Como sitio web *YouTube* mantiene un discurso ininterrumpido, que ofrece una “eternidad virtual del ciberespacio” debido a la interacción diferida y en tiempo real a través del producto audiovisual. El usuario puede compartir los videos de su preferencia, o los que ha producido, enviándolos con un mensaje adjunto, visualizar contenidos relacionados enviarlos a cualquier otro usuario y en cualquier momento, actividades propias de un *prosumer* audiovisual.



45. Interface del sitio YouTube.com.

El emisor y el receptor en *YouTube* tienen el mismo estatuto como usuarios. El autor de un video es también espectador de su propio producto en los roles del sitio y el usuario receptor tiene las mismas posibilidades de producción que el emisor. Esta capacidad interactiva del sitio convierte al emisor y al receptor en productores consumidores indistintamente, en términos de sus posibilidades interactivas. Lo que antes habíamos definido como *prosumer*.

La interacción entre usuarios permite una intervención directa mediante la interfaz. El intercambio comunicativo no se realiza entre dos sujetos, sino entre estructuras significativas (video, comentarios,

emisor, consumidor/receptor) que sirven de canales para contener los mensajes que pueden ser tomados posteriormente por cualquier usuario. El sitio se presenta como una simulación de un emisor que no está presente al momento de la transmisión, es un entorno donde se refleja la producción audiovisual de individuos que se mantienen ausentes dejando sólo las huellas de su paso sobre el material de significación (ya sean videos o comentarios) dentro del sitio.⁸⁹

Esta situación indica que el fenómeno de la comunicación, se comienza a triangular, puesto que ya no hay una interacción directa, entre el emisor y el receptor, sino que el mensaje se deposita en lo que definimos como estructuras significativas que contienen la información vertida del emisor. El productor de un video tutorial, no produce audiovisuales, para ser vistos por un individuo en específico, lo realiza porque sospecha que la información le será de utilidad a alguien, que si bien, no conoce, por lo menos tiene definido como el receptor que hará uso del mensaje. Pero ciertamente, esta suposición del realizador audiovisual, puede ser errónea y dar como resultado, la nula consulta del video tutorial.

Neyla Pardo, rescata una tipología de las formas de actuación de los emisores en *YouTube*:⁹⁰

-Orientación hacia el receptor: cuando los realizadores hablan a la cámara de forma directa, a manera de monologo.

-Actividad mediática cotidiana: Se presenta como parte del actual flujo de conducta de la vida cotidiana. Los actores pueden saber o no que están siendo filmados.

-Actividad cotidiana simulada: Los individuos participan en una acción ordinaria con el propósito de ser grabados.

-Acontecimientos mediáticos ficcionales: Acontecimientos planificados ensayados, construidos en torno a la participación de los medios.

Dentro de esta tipología, no encontramos ninguna que haga referencia explícita a los videos con carácter didáctico. Pero dadas las características que plantea el autor se puede inferir que éstos tienen cabida dentro del tipo que se comprende en “la orientación hacia el receptor” puesto que esa clase de audiovisuales son los que presentan una aparente intencionalidad más clara, además de una latente orientación no ficcional, comparada con las otras categorías.

Los contenidos dentro de *YouTube* en apariencia circulan con cierta libertad y sin restricciones, pero en realidad la accesibilidad no siem-

89 Bañuelos Jacob, *YouTube como plataforma de la sociedad del espectáculo*, Pág. 11.

90 Pardo Abril, Neyla Graciela, *Revista Latinoamericana de Estudios del discurso*, Pág. 18.

pre está garantizada, porque los contenidos se encuentran flotando en un entorno ubicuo, no se garantiza que la accesibilidad sea la misma para cualquier contenido ni para cualquier usuario, por lo que hay contenidos de más difícil acceso. Y esto es determinado por ciertos factores, que van desde lo político como que agredan alguno de los lineamientos éticos de *YouTube*, hasta errores en su clasificación o determinación del video.

Dentro de sus contenidos el sitio ofrece a sus usuarios diversos acontecimientos y eventos actuales, se encuentra desde videos sobre *hobbies* e intereses personales, así como sucesos inusuales, el carácter temático del audiovisual por lo general estará condicionado a la afinidad e interés de la cultura en general. En la medida en que la gente capture momentos especiales en video, *YouTube* convierte a los usuarios en los actuales emisores de contenidos, en *prosumers* audiovisuales.

En este entorno los medios de comunicación que preceden al internet (radio, música, noticieros televisivos...) también se encuentran incrustados e interactúan con el medio digital con la finalidad de crear un objeto cultural que se inserta en las nuevas generaciones.⁹¹ Dentro de *YouTube* no sólo se encuentran los realizadores independientes, dada la apertura del medio, los corporativos que se dedican profesionalmente a la comunicación, también exponen sus mensajes, puesto que la audiencia es muy amplia, hay un mercado importante en internet.

No hay que perder de vista que el sitio posee diversos acuerdos comerciales con empresas como CBS, BBC, Universal Music Group, Sony Music Group, Warner Music Group, NBA, The Sundance Channel. Por lo que a pesar de la aparente libertad del medio, tiene intereses corporativos.⁹²

El sitio se administra de forma empresarial, *Google* dueño corporativo de *YouTube* ejerce un estricto control en sus contenidos y es finalmente la empresa que decide el camino comercial del sitio, dados los intereses que mantenga el corporativo.

Se ofrece una aparente plataforma de autoproducción aunque los límites responden a la lógica del mercado al que se ofrece, tiene sus restricciones comerciales, morales y políticas, convenientes para el mantenimiento de su proyección político mercantil, que toda empresa con fines de lucro tiene. La oferta y la demanda se mantienen al margen de lo “correcto” según las normas de ética que rigen a la empresa, por ejemplo, prohibir el material con sexo explícito, o el material que contenga contenido ofensivo a las buenas costumbres

⁹¹ *Idem.*, Pág. 103.

⁹² Bañuelos Jacob, *YouTube como plataforma de la sociedad del espectáculo*, Pág. 4.

de la sociedad occidental o bloquear la información que pueda ser considerada copia. Un usuario no puede subir a la red un video con una canción, de la que no tenga derechos.

YouTube heredó los contenidos temáticos y el tratamiento banal que realiza la cultura industrial de la televisión. Al sitio web se suman los contenidos establecidos que mencionamos de la programación televisiva y radiofónica, propios de la industria cultural dominante en el mundo capitalista actual. Es por esto que *YouTube* también se encuentra plagado de comediantes parecidos a los la televisión ha venido cobijando desde hace tiempo, de clips de música popular, como la que difundía canales como MTV, de videos que exponen la parafernalia que hay detrás de las actividades deportivas, mensajes relacionados con la farándula del cine y de la televisión. Y evidentemente, la web también le presta el espacio a cualquier usuario que quiera brindar una opinión respecto a estos temas, propios de la cultura televisiva. Esto explica que los contenidos se repitan una y otra vez y se pase de la transcripción al copiado, a la simulación y a la reconstrucción, como lo que se explico respecto a la “espectacularidad” como es en sí, la cultura televisiva.

DIDÁCTICA EN RED

Los entornos digitales tales como las redes sociales, los *blogs* y específicamente *YouTube* son una muestra de los roles que la sociedad está tomando dentro del universo digital. Su comprensión es de suma importancia para el proyecto, revelan de buena forma, al *prosumer* como constructor de dichos entornos. Mucho se ha dicho de interactividad en los entornos digitales que se han retomado en temas anteriores y poco a poco se ha formado un perfil del objeto de estudio de la investigación. Aunque a estas alturas tenemos las bases suficientes para comenzar a caracterizar al *prosumer* digital audiovisual, hace falta una reflexión final que nos oriente al tipo de figura que estamos buscando. El realizador del video tutorial o video didáctico digital.

Para esto hay que hacer una aclaración pertinente para la interacción y flujo informativo en los entornos digitales, debemos tener en claro que informar y enseñar no responden a las mismas necesidades. Informar es un acto que representa un cambio sobre el individuo que la consume, una acción que modifica al receptor, transformando así su estado anterior, informar, es dar forma. Por su parte el acto de enseñar de primera instancia plantea dos sujetos que se involucran en el acto, el instructor y el aprendiz, ambos ligados por el conocimiento, bajo esta tónica, la enseñanza es, la transmisión del conocimiento del docente hacia el estudiante a través de un medio.

De ese modo hacemos bien en comprender al internet y sus entornos como las súper carreteras de la información y no de la enseñanza, puesto que los usuarios son los que hacen posibles dichas vías, nutriéndolas con mensajes propios, sin la figura de un institutriz, puesto que el medio estimula una dimensión de la formación y el

aprendizaje de los usuarios más activa, transformando los antiguos procesos de información.⁹³

La diferencia entre estar informado y ser instruido en este punto, al parecer radica en el instructor o lo que a escala mayor vendría siendo lo mismo, una institución educativa. Cada instructor y cada institución mantienen por sí mismas una forma particular de afrontar el conocimiento, dados sus intereses y su código de ética, por lo que la figura del educando mantiene objetivos claros. Por esto se afirma que los contenidos en internet, que se produce por los usuarios comunes, no presenta un modelo estricto de enseñanza, puesto que no se define la figura del instructor en la transmisión del conocimiento que se da en el medio digital y los objetivos por los que se consulta la información no están regidos por un esquema de aprendizaje como tal. Es hasta cierto punto erróneo tratar de implantar el modelo del aula tradicional a estos procesos de difusión del conocimiento.

Aunque sin lugar a dudas, el internet actualmente es un sistema comunicativo que ha planteado grandes opciones para las establecidas instituciones de enseñanza en su modalidad de educación a distancia tradicional, haciendo uso de la intensa interacción comunicativa que brinda para los individuos que tienen dificultades con la comunicación presencial. Permiten el contacto entre el profesor y el alumno en tiempo diferido.

Pero como se ha mencionado a lo largo del proyecto, no estamos muy interesados en los alcances que se han logrado a nivel académico, o a nivel de instituciones especializadas en la didáctica, puesto que sólo adaptan sus modelos educativos al medio, los cuales sin lugar a dudas mantienen ya un esquema de profesionalismo abalado por diversos métodos de instrucción. Lo que realmente importa a este proyecto son los alcances que los usuarios sin una formación aparente, realizan, a los *prosumers* de “material didáctico amateur” por llamarlo de una forma.

Lo que respecta a los usuarios comunes en general debemos reiterar que la didáctica no es una de sus prioridades dentro de internet, primeramente utilizan este sistema para comunicarse, ya sea en las redes sociales, o en los entornos de chat con familiares y amigos. Por otro lado es muy empleado como un medio de diversión y entretenimiento; sólo en muy pocas ocasiones lo usan para aprender.

A pesar de esta poca afinidad por el aprendizaje, la pluralidad del internet conserva un nicho considerable de usuarios ávidos de materiales didácticos y de cierto modo el internet ha ayudado que prevalezcan.

⁹³ López Novelo, Roberto Alejandro, *Uso educativo de internet: aplicaciones didáctico comunicativas del correo electrónico y la navegación didáctica*, Pág. 77.

Por ese lado lo importante de internet es la utilización de una variedad de entornos y tecnologías digitales, como los gadgets, que proporcionan la flexibilidad para cubrir necesidades individuales y sociales y de igual forma logran entornos de aprendizaje efectivos, como lo que se explicó anteriormente con los *blogs*. Internet es un inmenso depósito de información, por consiguiente tiende a configurarse como un contenedor de recursos didácticos de enorme potencial para informar en general.⁹⁴

La red permite el acceso instantáneo a la información remota de manera interactiva, a numerosas y variadas fuentes ya que a través de internet el usuario puede acceder a cualquier lugar del mundo y a la más impresionante cantidad de información de la que nadie hubiese podido imaginar hace unos años. Por ese lado podemos afirmar que es una biblioteca universal.

Otro aspecto que el internet mantiene a favor del aprendizaje es que es de fácil acceso y resulta económico de cierta forma. Sumando a esto que abre un canal comunicativo e informativo, casi permanente. También hay que decir que la multimedialidad de la red, representa una herramienta muy poderosa para la didáctica. La utilización de materiales en distintos formatos, textos, sonidos e imágenes interactivas e instantáneas de cierto modo potencian la comprensión de un mensaje y fácilmente pueden ser copiados impresos y adaptados para su uso.

Aunado a estas herramientas, la red presenta otra característica propia del sistema mediático “el hipertexto” el cual rompe la linealidad de cualquier información potencializando su contenido. También conocido como hipervínculo, consiste en referencias cruzadas que son accionadas por el usuario dentro de un portal. Por ejemplo, se busca información relacionada con la medicina para tratar una enfermedad, el sitio que contiene la información hace referencias a otra información que se relacione con el tema, como instrumentos médicos, instituciones que la proporcionan o hasta información de otros medicamentos, todo comprendido dentro del sitio por medio de enlaces. Esto sin lugar a dudas representa un abastecimiento inmenso de información.

Ya habíamos profundizado, acerca de las bondades que el internet tenía para los usuarios. En esta instancia, era importante retomar las anteriores características para dejar en claro que mucho de las propiedades del internet ha dado cabida a material didáctico en el medio.

Por otra parte el aprendizaje dentro de Internet es más individualizado, se basa en la autonomía y la interacción a partir de los propios intereses capacidades y motivaciones de cada usuario. Permitiendo

94 *Idem.*, Pág. 75.

una instrucción más personalizada, acorde a las posibilidades de cada uno. Es un aprendizaje basado en el concepto de formación en el momento en que se necesita “*Just in time training*”.

Finalmente hay que retomar lo relacionado a los *blogs*, la pluralidad del sistema mediático, abre la puerta sin distinción alguna a una infinidad de informaciones de orígenes inverificables, por lo que algunos contenidos son poco confiables. Por lo que, como se mencionó, esto puede propiciar la interacción y el debate relacionado con la información vertida o representar una fuente de información apócrifa que desvirtuó la seriedad del sitio en la que se está colocando la información.

PROSUMER AUDIOVISUAL DIGITAL

Aunque por el momento no podemos afirmar que todos los usuarios de internet mantienen el carácter de *prosumer*, puesto que se puede ser un simple consumidor de la información de la red sin producir algo dentro de ella. Nuevamente recordemos que el *prosumer* es una figura que se mantiene inmerso en un medio, consumiendo y produciendo información de manera autónoma y sin una formación profesional aparente, es un verdadero generador de ideas, por lo tanto también de información y datos, es una persona autogestora que se involucra de manera activa en la conformación de su contexto digital, dando la pauta a un medio multidireccional, aportando mensajes con valor propio, bajo la idea de “hazlo tu mismo”⁹⁵

Entre las actividades que el *prosumer* realiza dentro del internet podemos destacar claramente la de consumir, producir, intercambiar y distribuir. Estas prácticas sociales se venían desarrollando en los medios ya de tiempo atrás, en capítulos anteriores hemos ejemplificado varias y para fines de este proyecto, haremos hincapié en las que respectan al medio videográfico didáctico, recordemos que los productores de videos realizaron estas prácticas y generaron toda una cultura alrededor de ellas. Por lo que debemos afirmar que este hecho social no está determinado sólo por la tecnología en sí, sino también por las condiciones culturales dentro de las cuales se produce. El medio videográfico es utilizado en productos audiovisuales que no requieren una seriedad y sobriedad formal, puesto que como se mencionó en el capítulo anterior, el video es un medio que contuvo los mensajes de la sociedad general, debido a la gran accesibilidad que tiene, puesto que es más amable y apto para la comunicación alternativa y de la sociedad sin una formación profesional.

⁹⁵ Consultar página 27 para mayor información.

Por esa parte no podemos decir que los avances tecnológicos y más claramente su pregnancia y disponibilidad en la sociedad no tienen un peso específico en la existencia de este fenómeno puesto que caeríamos en un error. El caso específico de YouTube en internet se produjo dado el abaratamiento y difusión de tecnologías digitales que permiten grabar, editar y reproducir video, tales como las cámaras digitales domésticas y los programas informáticos de edición de videos. La implementación de la tecnología en los sistemas de comunicación inevitablemente, supone cambios en la identidad social y a su vez tiene una serie de efectos psicológicos en el comportamiento individual.



46. Los individuos, captan sus propias imágenes y las difunden en el medio.

musicales) y generalizado (matar el tiempo, noticias, información). Parte de la base del uso patológico específico de Internet se debe a una psicopatología ya existente (como la adicción a las apuestas) mientras que el uso generalizado se debe a experiencias de aislamiento social. Este estudio, nos hace pensar que la intencionalidad del *prosumer* audiovisual didáctico no está determinada por los aspectos técnicos del sistema mediático internet, sino por cuestiones que son propias del individuo.

Sin minimizar el fenómeno del aislamiento, puesto que sin duda es determinante para la caracterización del usuario. Este hecho sucede debido a que la información es irradiada del centro a los extremos; entendiendo que en el centro se encuentra el emisor del mensaje y a los extremos los receptores, de modo que el medio dispersa a la sociedad, cada mensaje es recibido en las terminales del medio.

Las dimensiones psicológicas sociales son esenciales en la generación de las nuevas tecnologías, ya que estas reúnen las ideas de la era posmoderna. Actualmente nuestro sistema mediático y concre-

Aunque dichos efectos no son tan determinantes como lo pensamos; un estudio realizado por Davis 2001 arrojó que el usuario de internet se adapta a los entornos digitales, en la medida en que, conciba el uso de la red más como una fuente de identidad que una herramienta de ayuda, para información, comunicación o aprendizaje.⁹⁶

Al mismo tiempo divide el uso de Internet en específico (cibersexo, video tutoriales, videos

⁹⁶ Joinson, Adam N., *Understanding the psychology of internet behaviour virtual worlds, real lives*, Pág. 190.

tamente los audiovisuales en internet son el símbolo de la libertad comunicativa y de la capacidad para conformar el tiempo y el espacio. Autonomía, organización y velocidad.⁹⁷

Por ese lado, tanto el internet como el video son medios que se han encontrado siempre al servicio de la comunicación de la sociedad en general, al igual que han tenido la función de canal alternativo de difusión. Con el uso social de YouTube el internet adoptó algunas características del video y de cierto modo se posicionó como una práctica cultural de difusión y consumo audiovisual que retoma de algún modo la vieja idea de medio de comunicación alternativo.

Con todo esto se debe asegurar que el *prosumer* audiovisual digital es una figura que se mantiene dentro de la comunicación alternativa a los medios masivos establecidos, puesto que dentro de la red circula cierto sentido de pertenencia, el *prosumer* digital ve en el internet su medio y su entorno. Los productores audiovisuales amateur son los que generan mayor material visual dentro del medio, son los que exploran e innovan en las formas de comunicación digital, los que descubren nuevas tendencias, desarrollan nuevos productos audiovisuales y conforman los géneros, tales como los audiovisuales didácticos o video tutoriales. Se instala por lo tanto una nueva ética en la que se pretende hacer de la diversidad cultural un bien común, un bien para el medio.

Los usuarios no son meros consumidores de videos sino también productores de mensajes audiovisuales que comparten sus materiales con los demás. En una sociedad de medios de masas en manos de unos grupos económicos específicos, de saturación de mensajes unidireccionales y publicidad ubicua, el internet constituye uno de los pocos canales al alcance de los ciudadanos que da pie para expresarse al margen del discurso dominante, si así se desea. Sin embargo esta posibilidad poco a poco está perdiendo garantía, por los convenios que se mantienen en el caso de YouTube con otras grandes empresas y la fiel intención de Google de acaparar los grandes entornos digitales, como se mencionó con anterioridad, el sitio responde a intereses empresariales de carácter económico y la rentabilidad de YouTube delimita las normas que rigen el sitio.

Dejando de lado los aspectos de comunicación alternativa y adentrándonos en la comunicación personal, Internet constituye una oportunidad única para la auto-expresión, para publicar en un medio su opinión, ideas y su sentir, ya sea respecto a un tema de dominio público o cuestiones muy personales, como se ejemplificó con *YouTube*, por lo tanto, esperaríamos que el *prosumer* audiovisual, lo utilizara primero y principalmente para expresar esos aspectos del “yo” que

⁹⁷ Sánchez Badillo, Jorge, *Los weblogs como herramienta para la construcción de la información en internet*, Pág. 95.

tienen la fuerte necesidad de ser expuestos, esos aspectos extraordinariamente reales e importantes del “yo” que no suelen decirse o expresarse con facilidad a los demás.

Aunque es difícil asegurar que el “yo” se encuentre expuesto dentro del medio puesto que, como se manifestó en temas anteriores, hay un factor clave que nos hace cuestionarlo, el anonimato. Para tener una expresión propia del “yo” ciertamente no se debe de tener un carácter anónimo como usuarios.

Por otro lado el anonimato, como característica del *prosumer* favorece la utilización de internet en la medida en que para muchas personas es más sencillo establecer cierto tipo de relaciones en el anonimato que mediante contacto personal en donde se es identificable. Según un estudio realizado por Kraut y Kiesler en 1998, llamado proyecto HomeNet.⁹⁸ La red por un lado fomentaba las relaciones sociales on-line y por otro lado servía para socializar a los usuarios con personas de sus entornos ambientes habituales, como el trabajo, la escuela o con los vecinos.

Un *prosumer* anónimo también posibilita que usuarios se agrupen y establezcan debates abiertos, no mediados por la materialidad, en donde tanto el anonimato como la individualidad cobran sentido y valor, permiten opiniones abiertas, debates poco usuales o agrupaciones en torno a causas raciales, étnicas, de género.⁹⁹

Esta facultad de relacionarse se encuentra exponenciada por el propio medio. No sólo te comunicas con una persona, sino con todo un entorno. Así la capacidad del sujeto para elaborar productos audiovisuales mediáticos, sin que se imponga de manera definitiva una carencia en el recurso tecnológico o la negativa de la institución mediática, construye una individualidad que se manifiesta en la posibilidad de crear y socializar contenidos con facilidad y al hacerlo, revela esa aparente identidad del “yo” y se propone al *prosumer* audiovisual como un hacedor social, lo cual transforma también en algún sentido la propia percepción de sí mismo y su autoestima.¹⁰⁰

Toda esta situación del “*Broadcast Yourself*” expresar los aspectos del “yo” y hacer uso de los recursos mediáticos para moldear una percepción de sí mismo. Indican que el *prosumer* audiovisual digital es una figura narcisista, dónde el *prosumer* sólo se produce a sí mismo en formato audiovisual, replegando sus contenidos sobre sí. Lo que deja de manifiesto el hecho de que hay una intención inherente a los realizadores, detrás de cada producción de audiovisuales, independientemente de que sean video tutoriales o productos de otra índole.

98 Joinson, Adam N., *Understanding the psychology of internet behaviour virtual worlds, real lives*, Pág. 191.

99 Pardo Abril, Neyla Graciela, *Revista Latinoamericana de Estudios del discurso*, Pág. 88.

100 *Ibidem*.

Captar la atención es la clave del medio, cuando muchos usuarios exponen información de sus vacaciones en FaceBook o explica lo que está haciendo con sus amigos en Twitter cosas como, “entro a una reunión”, “he estado con fulanito”, “estoy en el proyecto X”, etcétera, o en este caso en específico que se filman y exponen sus videos en *YouTube*, es una invitación a “Mira mi mundo, mírame”, “*Broadcast Yourself*”. Una necesidad de exhibirse propia de una figura narcisista. El imperativo social para existir es generar una conversación, ser interesante, divertido y original buscando cosas que contar para alimentar el estatus de mi personalidad.

Lo que levanta la sospecha de que la motivación es el moldear un usuario popular que cuente con una personalidad sujeta a la admiración dentro del medio y no por entrar en un proceso de socialización como tal, sino en un proceso de difusión de la personalidad, una orientación hacia la idea de una estrella de televisión, una estrella del medio, lo que en el entorno *twitter* se conoce como con el término despectivo de “*twitstar*”. El objetivo es ponerse delante para que ser visto, ser el relevante y diferente a los otros, de ahí la importancia de los contadores, número de amigos, números de seguidores, número de visitas, etcétera, sospecho de una falsa socialización porque la atención se genera en base a una fachada de sentimientos y emociones destinadas a satisfacer la demanda de la comunidad.

Aunque las características psicológicas del narcisismo claramente existen en el mundo real físico, el internet ha servido para acentuar ese fenómeno en nuestra sociedad posmoderna, e inevitablemente es una posible característica del *prosumer* audiovisual.

VIDEO TUTORIAL DIGITAL

Todos los sucesos que englobaron lo que hoy experimentamos en la cultura digital, como ya lo hemos mencionado, han supuesto un desarrollo tecnológico que conlleva entre otras cosas a un cambio significativo en el ámbito de la comunicación e información. Dentro de dicho entorno, la figura *prosumer* se manifiesta, tomando la batuta en el medio como productor, distribuidor, difusor y por supuesto consumidor de los contenidos.

El *prosumer* afronta dichas actividades con diferentes clases de productos, dentro de los que se ha destacado a los videotutoriales o videos didácticos, los cuales mantienen todo el proceso que caracteriza a sus obras, pero orientados a la transmisión de un conocimiento particular.

En el capítulo anterior, habíamos caracterizado a grandes rasgos lo que se entendía por un videotutorial, pero dejamos de lado las características que se encontraban en lo profundo. Ahora contextualizado su entorno daremos paso al trasfondo de este producto audiovisual.

Con anterioridad se ha inferido que mucho del contenido que circula dentro de internet no es motivado forzosamente debido a los avances tecnológicos. Los entornos que se conformaron dentro del universo digital, son resultado de inquietudes, necesidades y patologías propias de la sociedad posmoderna, por ejemplo los apostadores compulsivos, extrapolan su patología a los diversos entornos de su vida, incluso al universo digital.

En un entorno cultural, en el que la información se valora como un factor ventajoso para el éxito personal, pues cada día es más abundante, diversa, procedente de múltiples fuentes y llega en diferentes formatos, la estrategia de competencia social comienza a centrarse en acciones e instrumentos que permitan recoger, ordenar, explotar y manipular información para obtener de ella un valor añadido. Lo im-

portante para la sociedad posmoderna no es la información en sí misma, sino la cantidad y clase de beneficio que puede obtenerse de ella.

En ese sentido, el desarrollo tecnológico, multimedia y el acceso de la sociedad a las nuevas tecnologías ha traído consigo productos, distribuidores y difusores de la información y el conocimiento, que resultan por demás atractivos, por la rapidez y practicidad con que difunden los mensajes informativos.

Relevante en este sentido será el desarrollo de procesos formativos, que motiven a la sociedad a adquirir las habilidades para el auto-aprendizaje de modo permanente a lo largo de su vida, que sepa enfrentarse a la información y se califique laboralmente para el uso de las nuevas tecnologías de la comunicación, tomando conciencia de las implicaciones económicas, ideológicas, políticas y culturales de la información en nuestra sociedad. Por supuesto que esta idea tiene implicaciones con los ideales del pensamiento moderno, en busca del progreso, de cada día ser mejor para obtener mayores comodidades y un mejor nivel de vida. Pero, ¿es en realidad la búsqueda de ese progreso, la intención comunicativa detrás de un videotutorial? Ciertamente no podemos descartar esta teoría, puesto que la sociedad de hoy día, no puede negar su aspiración a una mejor calidad de vida.

La información como tal puede revelarnos aún otra característica del *prosumer*, sin duda ésta no puede estar separada del medio y de la tecnología, pero la concentración en la practicidad, “eficacia” y disponibilidad bajo la que debe estar sometida la información, actualmente comienza a tener mayor importancia que la propia información, se empieza a dar más peso a la forma que al fondo, a la técnica con la que se hace, que al contenido y esto no es sólo con la información sino con todos los aspectos de la cultura posmoderna, por lo que podría caracterizar a nuestra sociedad como “tecnólatra” (fiel devota por la tecnología) los avances tecnológicos representan una forma de progreso para la sociedad. Por esto es que el medio digital se privilegia con los nuevos alcances científicos a nivel técnico. Y nuevamente se hace uso de la ideología moderna progresista, la que cree que una sociedad tecnificada es una sociedad de vanguardia. El *prosumer* tecnólatra, siempre estará pendiente de los nuevos alcances técnicos.

Otra característica que va de la mano de la tecnología, propia de esta cultura es que la sociedad se encuentra inmersa del todo en los entornos digitales, por lo que su aprendizaje se ha visto influenciado por los medios de este tipo, el universo digital tiene un ritmo distinto al que conocemos en el mundo real físico y dicha característica la extrapola a toda la información que circula en el medio, los videotutoriales, bajo reserva, son claros, precisos y sobre todo ahorran tiempo, recordemos que la sociedad posmoderna y el universo digital se ca-

racterizan por su fervor por la inmediatez y el video representa dicha propiedad y soluciona en el momento la necesidad de conocimiento o información.

La sociedad altamente tecnificada es sobre estimulada a través de la información y la multimedia, por lo que los usuarios buscan una enseñanza que presente una alternativa que no sea lineal, que sea rápida y que sea concisa, a diferencia del texto impreso. El videotutorial, además de las bondades propias del video, suma vínculos y comentarios que aportan nuevas perspectivas que alimentan los contenidos del mensaje. El video didáctico, particularmente se entiende como un producto con elementos icónicos determinados a ilustrar.

Se presenta como una alternativa atractiva, pero sobre todo se emplea individualmente, lo cual implica una enseñanza personalizada en cierto sentido, de acuerdo a sus necesidades e intereses, donde cada usuario desarrolla su conocimiento bajo su propio ritmo, haciendo uso de la interacción con el medio. Dándole a la información un carácter de disponibilidad y accesibilidad que no se había presentado anteriormente en las instituciones encargadas de la enseñanza y sobre todo en los medios. Se aprovecha la ubicuidad del internet al máximo, puesto que a cualquier hora y prácticamente en cualquier parte se puede dar pié al informarse. La cuestión relacionada con la interactividad, ayuda al debate y la construcción del propio conocimiento, lo cual convierte al mensaje aún más en un producto altamente personalizado.

Los inconvenientes que trae consigo el videotutorial, son que dada su realización de acuerdo a contenidos previamente configurados y programados, no es posible tratar adecuadamente respuestas no previstas. Ciertamente para eso existe los complementos de los comentarios y las otras posibilidades de la red en sí misma pero eso ya no son valores internos del video didáctico, como lo conocíamos anteriormente, por lo que tendremos que entender al videotutorial como una estructura que no sólo consta del video sino a toda una estructura, en la que prevalece un sección de preguntas y respuestas que como se dijo, enriquece el mensaje, además de las referencialidades a otras ligas realizadas por diferentes *prosumers* que cuentan con otra forma de exponer el mensaje.

Por otra parte, la comunicación que implica este proceso entre usuario-computadora o usuario-medio dificulta el ahondar en el problema, puesto que las respuestas implícitamente se concentran en explicaciones cortas. La interacción en ese sentido se basa en el producto didáctico y no en la problemática que éste implica. De igual manera, no hay que perder de vista que el videotutorial es desarrollado por individuos que no tienen una formación claramente pedagó-

gica, lo cual conlleva, en cierto sentido, dificultades funcionales del mensaje. Por lo que las estrategias de instrucción pueden ser limitadas e invariables.

Para poder realizar un video con dichas características, el *prosumer* se comunica con la computadora, haciendo uso de ciertos aspectos técnicos, estéticos y didácticos, propios de su personalidad, el *prosumer* no puede enseñar lo que no conoce, incluso puede dar una información que es errónea o que no domina en su totalidad, pero esto es justo una característica muy pura del *prosumer*, la cual refleja el hecho de que es una persona como cualquier otra, que tiene un bagaje del tema semi-profesional o amateur, que no es un individuo especializado y que esto no lo abstiene de dar información a medias o incorrecta. Aunque esa posible desventaja puede ser cubierta con los comentarios y los debates que se suscitan a causa del mensaje.

En ese sentido, puedo vislumbrar otra intencionalidad, que implica la realización de un videotutorial, “la mejor manera de aprender es enseñando”, el *prosumer* al realizar un video didáctico se obliga a reflexionar e interiorizarse en el tema que va a exponer, no sólo para manejarlo, sino para responder cualquier duda que le surja con respecto al mensaje que busca dar.

De ese modo el *prosumer* legitima su condición de productor-consumidor, tomando un proceso activo en relación a la enseñanza-aprendizaje, además de aprender a hacer uso del medio, lo enseña al resto de los usuarios. El *prosumer* al tratar de ilustrar no sólo mejora sus procesos cognitivos, sino que tiene que desarrollar otras habilidades como la expresión y el análisis de problemas. En ese sentido los videotutoriales no constituyen sólo instrumentos de enseñanza para sus realizadores, sino que crean un punto de partida para la autonomía del propio proceso de aprendizaje del *prosumer*. El conocimiento es un proceso activo y en construcción.

Para los realizadores de videotutoriales, la computadora o el medio asume el papel del alumno que necesita un conocimiento en particular. En ese sentido, el *prosumer* realizador de videos didácticos es quien enseña a la computadora, o al medio, el mensaje lo transmite de una manera indirecta, puesto que los videotutoriales no son pensados para un sólo individuo sino en todo el entorno en sí. Lo cual revela una práctica poco usual anteriormente, puesto que el instructor lo que hace es alimentar al aparato, sin la aparente certeza de que esa información llegue a algún usuario. Lo que revela la reflexión que se trato en el tema anterior respecto al aislamiento de nuestra sociedad, los individuos en su condición de usuarios comunican al medio en lugar de comunicar a otros individuos, por este lado es quizá la tecnolatría la que propicia este fenómeno, se cree que el mensaje tendrá un mayor valor si se recurre a la tecnología de punta que si se expone directamente a otro individuo.

En otro sentido, contrario al aislamiento social, en el medio digital, hay una difusión masificada del propio usuario. Recordemos que el principio básico de *YouTube* es “difúndete” “Broadcast Yourself” El *prosumer* con su video didáctico, constituye una aceptación global de su conocimiento, aprovechando claramente la ubicuidad de internet. Lo que pone de manifiesto el hecho de que dichos videos podrían ser elaborados sólo para buscar reconocimiento y admiración de los otros, haciendo a un lado la docencia amateur. Dado que el *prosumer* no reniega su condición de aficionado y no hay una motivación explícita para su producción didáctica. Lo que evoca a la reflexión que se realizó en el tema anterior, respecto al narcisismo que la red en sí misma propicia en sus usuarios. Otra intención detrás del videotutorial se presenta como la búsqueda de reconocimiento del medio para afirmar su existencia, haciendo uso del conocimiento mismo para dicho efecto. La identidad se forma con un conjunto de relaciones concretas, somos realmente un “yo” sólo cuando existimos con otros y para otros. “Yo” es a quien alguien dice “tú”.¹⁰¹

Irremediablemente no podemos negar la buena voluntad del *prosumer* de enseñar por el simple placer de hacerlo. Aunque la aceptación de este acto de buena fe no fue suficiente en un principio para satisfacer los objetivos de esta investigación.

De igual manera, no deja de ser paradójico el hecho de que en un entorno caracterizado por el acceso a los datos, la generación de contenidos, la democratización de la información, el conocimiento sigue estando relegado a un sector en concreto, que en primera instancia, debe tener acceso a una computadora, posteriormente ser capaz de gestionar datos y procesar la información, con capacidad para contrastar fuentes y verificar la credibilidad de las mismas, así como para encontrar sentido a los datos obtenidos en el proceso de búsqueda de información.

Este sector oscila en la clase media de la sociedad, con cierto poder adquisitivo y una educación con un nivel por encima del promedio. Un sector que esté interesado en dicho conocimiento, que por lo menos tenga un esbozo de formación académica; este sector difícilmente podría ubicarse en una clase social baja, puesto que sus intereses son indudablemente otros. No todos los usuarios de la red, pueden denominarse como *prosumers*, puesto que como lo reflejó a lo largo de la investigación, debe cumplir con ciertos aspectos, que no se concentran en la veracidad o calidad de los mensajes expuestos, sino con la intención de producir alguna clase de conocimiento, bajo cualquiera de las intencionalidades implícitas que se manifestaron anteriormente.

101 Flusser, Vilém, *Hacia el universo de las imágenes técnicas*, Pág. 86.

ESTUDIO DE CASO

Dentro de la investigación, se hablaron de diversos acontecimientos histórico sociales que fueron de utilidad para delimitar nuestros objetivos de investigación. Con ayuda de estos datos, comenzamos a perfilar conclusiones que revelaban las características de la figura *prosumer* y del videotutorial, las cuales plantearon las bases para especificar las intencionalidades comunicacionales del *prosumer* que representan el objetivo central de la investigación.

Las intencionalidades, aunque son planteadas para definir a los *prosumers* realizadores de videotutoriales, caracterizan a un *prosumer* global y esto es poco beneficioso para la concreción de las intencionalidades que busca revelar la investigación, pues se necesita una definición más particular. Por lo que este apartado mantiene la intención de concretizar las reflexiones que se vertieron en la tesis, para fortalecer los análisis realizados.

Para escoger el videotutorial que habría de analizarse, se partió del criterio de que debía de cumplir con dos aspectos en específico:

- Presentar la tarea o el ejercicio expuesto en el video, de forma clara, precisa y secuencial, concretizando el desarrollo metódico.
- Verificar la serie de pasos y metodología de la tarea o ejercicio que se plantea en el video, con la finalidad de acreditarlo, como un producto efectivo.

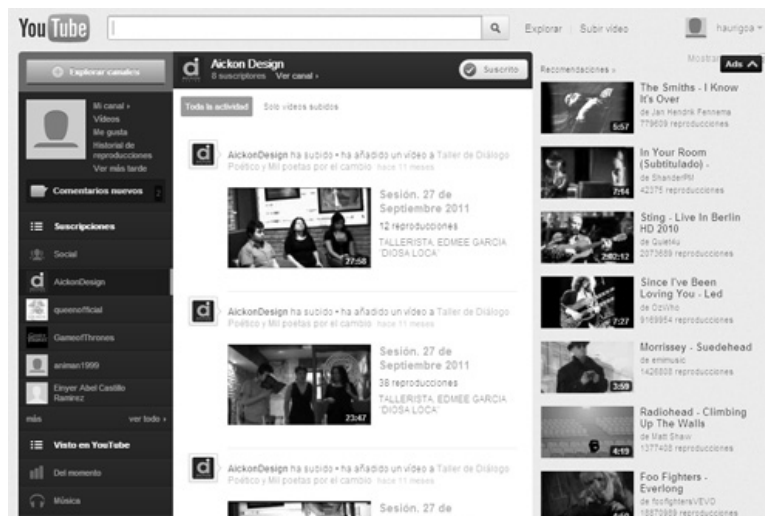
El cumplimiento de estas dos exigencias, otorga al video tutorial didáctico, su carácter de funcional y por lo tanto indica una utilidad asequible para los usuarios que lo utilizan. Cumpliendo así su aparente intencionalidad didáctica.

El videotutorial que se analizará, trata un tema relacionado con la conectividad al universo digital. La entrada a la plataforma digital, consiste en una conexión que brinda un prestador de servicios por medio de un router, que emite una señal de internet, captada por la computadora. La temática del videotutorial es la conexión a internet, concretamente, la creación de antenas de recepción de la señal de internet.

Recientemente la señal que da acceso al universo digital, se emite de forma inalámbrica a la computadora a través de un sistema denominado Wi-Fi, que es un mecanismo de conexión de dispositivos electrónicos sin cables. Actualmente existen receptores que captan las señales de internet a través del sistema Wi-Fi con la ayuda de una antena. La cual, recibe la señal emitida por el router que tiene un campo de emisión concreto, determinado por las características del dispositivo. Existen routers de corto alcance y otros de largo alcance.

El videotutorial que se eligió para ser analizado, consiste en la exposición de un método para la construcción de una antena que amplia y mejora la captación de señales emitidas por los routers. Esta antena, básicamente se desarrolla con la finalidad de capturar señales abiertas de internet para que dicho servicio sea gratuito para el receptor. Por ende, la popularidad del videotutorial, radica en la utilidad que representa, una conexión gratuita de internet y la evidente evasión de las cuotas que implican la contratación del servicio.

Inicialmente comenzaremos con una descripción técnica de lo que efectivamente podemos observar del videotutorial en su sitio web.

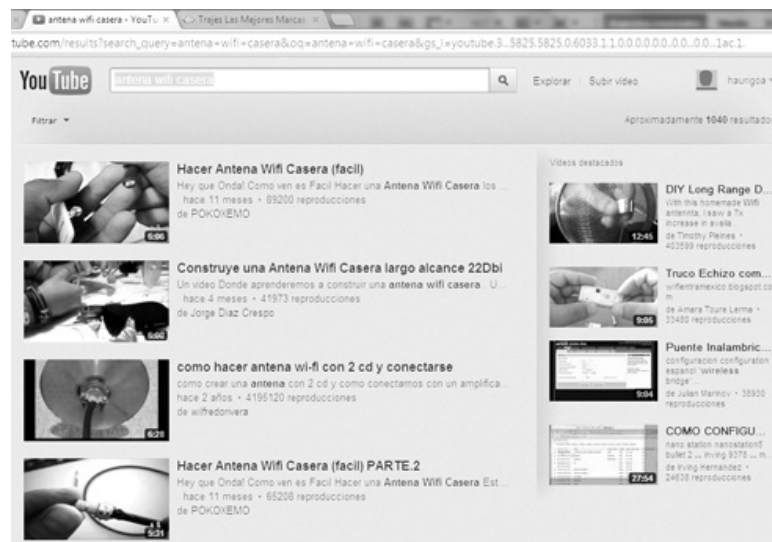


Sitio
www.youtube.com
consultado el
22 de octubre del 2012.

El video didáctico, se encuentra inserto dentro de internet, el cual lo arropa con las grandes posibilidades de difusión, hipervínculos

y accesibilidad que el propio medio tiene. El formato que maneja, es uno estandarizado por las recientes cámaras que mantienen una proporción de 16:9, en alta calidad, que va de los 1080 pixeles de dimensión real en adelante, según las propiedades de la cámara con la que fue capturada.

Se tomó del servidor de YouTube, para lo cual tuvimos que ingresar al sitio por medio de una computadora con una tarjeta de gráficos o un hardware equivalente a la tarjeta, del mismo modo se hizo uso de un software de navegación web, no importa cual se utilice siempre y cuando tenga activo el *plug in* que reproduce video (hay diversos plugs y en su mayoría son gratuitos). Una vez dentro del navegador virtual, se ingresó en el buscador la palabra YouTube a lo cual el direccionamiento a la liga es inmediato, puesto que este sitio es uno de los más visitados dentro de internet.



Sitio YouTube con la búsqueda "antena wi-fi casera"

Una vez dentro de la mencionada red social, se digitó el título del videotutorial que se mencionó anteriormente, antena wi-fi casera el despliegue de la búsqueda arrojó 1, 040 resultados, de los cuales el décimo resultado elegido, según el orden de alineación.

Se consultó el día 22 de octubre del 2012 en la página siguiente: <http://www.youtube.com/watch?v=fmEwdPBBR-M>, el realizador tiene el Nick name de Einyer Abel Castillo Ramirez el video cuenta con una duración de 10 minutos con 29 segundos, en un plano secuencia, (sin corte alguno). Tiene 16 "Me gusta" y 2 "No me gusta" 18 calificaciones en total, una cifra muy pequeña, puesto que el numero de reproducciones es de 6,994. Los comentarios, también son pocos con sólo 7, de los cuales, en su mayoría son agradecimientos y dos

preguntas directas al realizador, donde sólo una fue respondida. En la descripción del video se observa lo siguiente: “pasas para hacer una antena wi-fi casera. Categoría: gente y *blogs*. Licencia de YouTube: estándar”. De este apartado, no hay mucho que aportar, salvo el hecho que escribió “pasas” en lugar de “pasos”. En el costado derecho de la página en el apartado en el que YouTube le hace recomendaciones a los usuarios relacionadas con la temática del video, hay 20 propuestas, 14 variantes de la misma temática y 6 con contenido de otra índole. El usuario “Einyer Abel Castillo Ramirez” sólo cuenta con un video propio en su sitio.



Sitio YouTube en el video “como hacer una antena wi fi casera”.

Es un video a color con la calidad en pixeles reducida por una aparente compresión baja, por momentos se observan claramente los pixeles en la imagen. Las dimensiones del video en pantalla son de 642px x 363px. Entre otras cosas está la interfaz propia del sitio YouTube (Buscador, logotipo, botones de me gusta, no me gusta, compartir, denuncia, muestra estadística del video, explorar subir video) que aparecen junto a cualquier video que sea reproducido en el sitio.

Una vez hecha la anterior descripción, haremos una división de los canales que conforman al videotutorial, no sin antes decir que el video está estructurado sin corte alguno, es un plano secuencia de principio a fin durante los poco más de 10 minutos de duración, por lo que se debe afrontar como un solo bloque, una sola escena.

En el canal auditivo, se puede destacar a tres personajes, 2 presentadores y el director que les da la indicación para que comiencen la escena, con la palabra “acción” el cual puede escucharse, en el primer segundo del video. El audio en general, se escucha algo viciado por el sonido ambiente, al parecer fue capturado con el micrófono convencional que tienen las cámaras de video comunes. Fue graba-



Video "como hacer una antena wi fi casera" segundo cero.

do en exterior, en los sonidos de fondo, se destaca el sonido de un especie de motor, que se encuentra activo en toda la escena, aparte, intermitentemente a lo largo del video se pueden destacar sonidos de unas aves al fondo, además de unos esporádicos choques de viento sobre el micrófono.



Video "como hacer una antena wi fi casera" minuto uno con veinticuatro segundos.

Los dos locutores, tienen un acento propio de la república dominicana, o de un país caribeño, hecho que se puede constatar en los comentarios adjuntos al video, por acotaciones hechas por el mismo autor. El presentador número uno (clasificados en orden de aparición) es el que tiene una mayor participación a diferencia del segundo. La descripción de la escena se realiza alternadamente entre los dos locutores, mientras acompañan cada explicación con su acción correspondiente. En la parte final de la secuencia, justo cuando el presentador número uno está por despedir el video, se escucha una serie de inconvenientes que aparentemente, el director tiene con la cámara.



Video "como hacer una antena wi fi casera" minuto cinco con cuatro segundos.

En el canal visual podemos destacar a los dos presentadores mencionados, ambos jóvenes, entre los 20 y 25 años, de tez oscura, con rasgos típicos de una persona del caribe, delgados, visten ropa casual. Una mesa de color blanca, soporta todos los elementos que se utilizan en la construcción de la antena. Al fondo de la escena, fuera de foco se puede observar, una especie de parque, donde un par de troncos de árboles y unos botes de basura, se destacan del resto del cuadro, que se mantiene fuera de foco durante toda la grabación.



Video "como hacer una antena wi fi casera" minuto diez con tres segundos.

La escena comienza con un *close up* a los dos personajes del video, continua con un *insert* a los elementos que se utilizarán en la realización de la antena, en esta parte cabe destacar que de momento los encuadres pierden de vista a los objetos que se mencionan, dejando sólo el dorso de uno de los locutores a cuadro. Cuando comienza la elaboración de la antena, se mantiene la intención de presentar los objetos en un *insert*, pero no es bien lograda, por la pérdida del objetivo focal, debido a que, en el afán de dar seguimiento a las manos que

construyen, comienzan los desenfoques de los objetos, puesto que al parecer, la cámara tenía activado el enfoque automático. Al momento de la verificación del funcionamiento de la antena, se continúa con el encuadre muy cerrado, por lo que los problemas de desenfoque persisten, además de que no se logra encuadrar a los elementos que el presentador describe, por dos cuestiones, malos encuadres y problemas con los destellos de la luz, que las superficies altamente reflectantes, dirigen al lente de la cámara. Al final de la secuencia, se hace un close up al presentador número uno, mientras el despide el video, pero los problemas de desenfoque y malos encuadres, continúan.

En cuanto a la finalidad del audiovisual, sí es elaborado paso a paso, dando el debido tiempo y espacio, a la enumeración de los materiales utilizados en el video, desde los elementos ordinarios, hasta los más especializados. La descripción de la construcción de la antena resulta bastante pertinente, exceptuando el hecho de que el envase que contiene a la antena, lo presentan previamente avanzado, no en bruto, como se debería presentar, a un receptor que no tiene conocimiento de ese tipo de envases. Además, la verificación de los resultados funcionales de la antena, es algo corta, aunque al parecer, es bien lograda finalmente. La construcción, es simple y la explicación, a reserva de los mencionados problemas técnicos de desenfoque y malos encuadres, es asequible al receptor.

Lo que refiere a los expositores, representan a lo que se ha venido definiendo como *prosumer*, son individuos, sin una aparente preparación en sistemas comunicacionales, (es algo que se desconoce del todo, puesto que el videotutorial, no proporciona dicha información) exponen su desarrollo con elementos ordinarios al alcance de casi cualquier persona y sus evidentes problemas técnicos, reflejan el hecho de que no son realizadores audiovisuales profesionales. Son gente común, que le habla a personas comunes, de temas que aparentemente nos interesan a todos, realizado por sus propios medios, sin ayuda de equipos o personal profesional en el ramo.

La información vertida dentro del videotutorial indica que es pensada con la finalidad de construir un mensaje dirigido a cierto sector de la sociedad, comprendido dentro de la clase media. A esta parte de la sociedad, le resulta de gran utilidad la información referente a la comunicación digital, debido a que el mensaje emitido, representa una ayuda significativa a los usuarios receptores, puesto que plantea la posibilidad de no pagar por un servicio que actualmente, prescindir de él, podría significar una traba socio cultural importante. Relacionado con este aspecto, el estar conectado a internet, actualmente representa cierto grado de alfabetismo digital, el cual involucra muchas ventajas sociales respecto a la población que no lo está. Anteriormente, el no saber leer era considerado como el analfabetismo del

siglo XX, ahora el no saber utilizar una computadora y navegar en internet es considerado el analfabetismo de nuestro siglo.

Esas son las características que pueden verse a simple vista del videotutorial y también las que pueden inferirse apoyado en sus aspectos explícitos. Pero el objetivo de la investigación es destacar la intencionalidad de Einyer Abel Castillo Ramirez al realizar este producto audiovisual.

Como se pudo explicar en la investigación se destacaron varias intencionalidades que englobaban a la realización del videotutorial. En este caso, el video que se eligió para analizar, podría cumplir con todas las intencionalidades que destacamos en la tesis, o con sólo algunas. Lo cual no quiere decir que este mal, puesto que las reflexiones finales fueron extraídas de un plano general, que se obtuvo de un análisis global de la figura *prosumer*, no uno tan particular como el que ahora se está realizando.

A lo largo del videotutorial, no se hace expresa una intención comunicacional más evidente que la de difundir el conocimiento que el *prosumer* Einyer Abel Castillo Ramirez adquirió de una fuente jamás expresa. La temática referente al video, aborda una evidente problemática que atañe a la cultura digital. Cultura que habíamos destacado dentro del periodo posmoderno; en sí, el videotutorial como tal fue realizado dentro de dicho marco. Por lo que podremos acentuar algunos aspectos que nos ayuden a vislumbrar la intencionalidad detrás del video.

La digitalidad, manifiesta una aparente ubicuidad que busca conectar a todo el mundo entre sí con una finalidad clara, representar un canal siempre abierto de comunicación, pero ¿cuál sería la finalidad de mantener esa vía disponible eternamente?; no es sabido claramente, ni corresponde a esta investigación esclarecerlo, pero debido a lo anteriormente expuesto en la posmodernidad, se puede sospechar que es un canal útil para la conexión de los negocios, dado que el actual modelo económico, conocido como globalización, lo que busca es ciertamente, la interconexión mundial de los mercados.

Con lo anteriormente mencionado, no se trata de inferir que la realización del videotutorial que se encuentra sujeto al análisis, busca incentivar a empresarios en la audiencia, lo que se trata de explicar es que la cultura digital, representa un gran peldaño de modernidad y progreso para la sociedad de hoy día, la intencionalidad del *prosumer* en este video, es emitir a la audiencia medios, o herramientas que les facilite, ser parte de ese progreso global. El costo de los servicios de contratación de internet, para algunas personas, puede resultar un gasto incosteable, lo que representaría, estar fuera de la digitalidad y ser parte de la población analfabeta que se mencionó. Y justo los realizadores que analizamos provienen de un país tercermundista,

donde existe la mayor población analfabeta del mundo. Por lo que se puede asegurar que el videotutorial analizado, tiene la intención de representar una vía que ayude a sus receptores a adquirir los conocimientos que les representen cierto progreso dentro del sector social en el que se desenvuelven.

Por otra parte, como pudimos caracterizar al *prosumer* Einyer Abel Castillo Ramirez es un individuo, sin ninguna aparente preparación profesional dentro de las tecnologías de la comunicación. Otra de las intencionalidades que podemos destacar del *prosumer*, es que hace uso de la producción que conlleva la realización de un videotutorial, para adquirir el conocimiento que no tiene. Para poder explicar, la realización de una antena Wi-Fi, debe saber dos cosas básicas: cómo funciona y cómo se produce. Este conocimiento, aparentemente no lo tiene, puesto que su condición de usuario común, no lo caracteriza como un conocedor de las tecnologías de la comunicación. La realización del videotutorial, le representa una oportunidad para adquirir ese conocimiento, aplicarlo a su propio beneficio y posteriormente difundir los resultados. Se puede inferir que, en este caso, el *prosumer* tenía la previa necesidad de aprender a realizar una antena Wi-Fi, por lo que hecho mano de la producción de un videotutorial, como una forma de aprendizaje alternativa a las convencionales. Esta intencionalidad, se puede destacar como algo muy propio de la figura *prosumer*, dado que como productor-consumidor, está en la constante búsqueda de adquirir información bajo sus propios medios, para digerirla y después proporcionarla.

La intencionalidad que no se manifiesta claramente dentro del videotutorial analizado es la que responde al *prosumer* como una figura narcisista, el realizador no da indicios de que la motivación que lo hizo difundir este audiovisual haya sido con la intención de encontrarse en tal escenario. Lo que sí se puede manifestar es que el contenido mismo del mensaje dentro del panorama digital evoca temáticas referentes a la misma cultura digital. El videotutorial, caracteriza a un medio que habla de sí mismo (internet habla de la conexión a internet). El narcisismo en este sentido, proviene de los contenidos del propio medio, no del *prosumer*. Pero esto ciertamente no es una intencionalidad reflejada en el realizador del video analizado.

Einyer Abel Castillo Ramirez, parece representar cabalmente al *prosumer*, que de principio se busco caracterizar, pues es una figura con intencionalidades implícitas benéficas no sólo para él, sino para el medio en el que se desenvuelve. Lo que refuerza el esquema que se presentó en el primer capítulo, actualmente el medio digital se construye a base de las intencionalidades de los *prosumers*.

Lo que deja de manifiesto el hecho de que se comienza a revelar una nueva intención no prevista con anterioridad. El *prosumer* se ma-

nifiesta como la figura que alimenta al medio digital; el que provee de la información necesaria para que exista este universo. En este espacio cabría afirmar que el medio lo hacemos todos, lo que podría revelar una aparente efectiva democratización de las informaciones.

Pero, los *prosumers*, dan sustento al medio sin la aparente intención de hacerlo, o no lo hacen bajo esa primicia. Por lo que no se puede afirmar que es una intencionalidad propia del *prosumer* pues él no tiene conciencia expresa de dicha intención.

Y aquí entraríamos en la disyuntiva, de acreditar este reciente descubrimiento como una intención del *prosumer* o no hacerlo. Para lograrlo, es necesario sostenerse en una definición concreta del término “intención” o “intencionalidad” aunque cualquiera de los dos términos, responden a la misma raíz.

Según el diccionario de filosofía de Ferrater Mora,¹⁰² la palabra “intención” responde al sentido lógico que expresa la acción de tender hacia algo y se hace una distinción, existen dos clases de intenciones, las que son dirigidas a los objetos reales (árbol, casa, perro) y las que son dirigidas a los objetos lógicos (justicia, caridad, felicidad). Las intenciones son el cumplimiento de un previo acto intencional, de una voluntad; que, tiende hacia una acción, es una clara relación entre el pensamiento y la acción, entre un acto psíquico y un objeto real o lógico. La intencionalidad designa el hecho de que ningún conocimiento, es posible sin una intención. Puesto que es el acto de entendimiento dirigido al conocimiento del objeto.

Por lo que una intención, siempre devela un acto de conciencia, y el *prosumer*, no expresa ser consciente, de su facultad de constructor del medio digital. Si esta intención no es del *prosumer*, ¿entonces de donde proviene?

Flusser en su libro hacia el universo de las imágenes técnicas, tiene una respuesta a este cuestionamiento. Lo que hemos venido definiendo como la intencionalidad no expresa del *prosumer*, él lo define en el concepto de funcionario, que consiste en un individuo que ha venido programando al medio digital con la finalidad de automatizar ciertos procesos de comunicación, para delegar algunos con la finalidad de lograr eficacia y libertad comunicacional.

La automatización consiste en construir aparatos que aceleren ciertos procesos, y programarlos, para que obtengan los resultados previstos, pero esto ha traído complicaciones no pronosticadas puesto que ahora los individuos se han concentrado en perfeccionar los procesos de los aparatos para obtener los resultados que ayudarían al perfeccionamiento de las comunicaciones y no en perfeccionar las comunicaciones como tal, lo que implica que los individuos se han

102 Ferrater Mora, José, *Diccionario de Filosofía, tomo II (E-I)*, Pág. 1878

enfocado en cambios técnicos y no en cambios sociales; en este caso cambios comunicacionales.

Esta afirmación, parecería tener poco impacto cuando se habla de unos *prosumers* aislados, o marginales, pero con la boga digital hay cada vez más espacios de difusión, lo que implícitamente implica mayor número de productores de información que cuentan con dispositivos cada vez más pequeños, más automáticos, más rápidos y más accesibles.

Lo que genera que el flujo de información abarque un espacio de dimensiones sobrehumanas y que se movilice a una velocidad superior a las posibilidades de un individuo promedio, los tiempos de comprensión de un humano son distintos a los tiempos de asimilación de un aparato digital, la automatización de los procesos digitales de un aparato, sobrepasa la capacidad humana, lo que podría significar que hay cierta pérdida de control de la máquina. El aparato en ese sentido, se independiza del dominio y de la intención humana.

Pero sabemos que esta automatización, aún está algo lejos de ser lograda en su totalidad lo que aún implica la presencia de la intervención humana, para tener aparatos funcionales, las máquinas digitales, necesitan de individuos que hagan cumplir esa función, necesita de funcionarios. El ser humano ahora trabaja en función del aparato. Prescribe a los aparatos lo que a él le han prescrito los aparatos.¹⁰³

Los funcionarios prescriben a las imágenes lo que estas a su vez deben prescribir a los receptores. Los aparatos prescriben a los funcionarios como deben hacer sus prescripciones a las imágenes. Y otros aparatos prescriben a estos aparatos lo que deben prescribir a los funcionarios.¹⁰⁴

En acuse de lo expuesto, se puede manifestar que la intencionalidad del *prosumer* de construir el universo digital con videotutoriales no es una intencionalidad propia de sí, sino que es un requerimiento de los aparatos digitales, una necesidad del medio digital de mantenerse cargado de informaciones de índoles variadas. Por lo que de cierto modo utiliza al *prosumer* para alimentarse de información, que le será útil a otros *prosumers* que la necesiten.

Asegurar que esta intención proviene del universo digital, implica darle el valor de una entidad dotada de voluntad propia, si retomamos lo antes dicho respecto a intencionalidad. Afirmarlo o desmentirlo parece una tarea que implicará otra clase de enfoques distintos a los de esta investigación. Por el momento aquí se puede encontrar otra de las conclusiones que se habían venido perfilando en la tesis.

103 Flusser, Vilém, Hacia el universo de las imágenes técnicas Pág. 69.

104 *Idem.*, Pág. 70.

Al igual que se pudo obtener distintas intenciones del proyecto de investigación, el análisis del viduotutorial de Einyer Abel Castillo Ramirez revela una última intención, totalmente distinta a la anteriormente destacada.

La reflexión que se hizo de las necesidades del universo digital, se realizó en base a los razonamientos de Vilém Flusser que responden a la idea de que hay un comportamiento cuestionable detrás de la comunicación digital. La nueva intención es desarrollada basada en la ideología de Michell De Certau que tiene una visión distinta a la de Flusser, con respecto a los materiales realizados por el *prosumer*, con respecto a la producción del videotutorial. Pues De Certau le confiere otra clase de valor al acto mismo de la realización.

Los videotutoriales corresponden a la clase de material cargado de una gran significación social, puesto que representan el cumulo de la información de toda una sociedad, concentrada en las expresiones de un individuo (el *prosumer*), “*puesto que cada individualidad, es el lugar donde se mueve una pluralidad incoherente de sus determinaciones relacionales*”.¹⁰⁵

En este sentido el videotutorial representa el conocimiento obtenido de toda una generación, de toda una época, de la sociedad misma, puesto que al igual que el panfleto, que el *fanzine* y que el video, sirve como un contenedor del conocimiento “popular”, de ese conocimiento que está alejado de las altas esferas hegemónicas de la comunicación, como el objeto materializado de un cumulo de ideas, necesidades y sentimientos de la sociedad que se encuentra al margen de la producción de los medios de comunicación rectores. Puesto que los individuos trabajan a un grado artesanal con la economía cultural dominante, para transformarla de acuerdo a sus propios intereses.

Responden a cierto tipo de interés, el interés popular, el interés de la masa. El *prosumer* es caracterizado por un individuo expuesto a cierto tipo de marginalidad. Para ejemplificar, en el videotutorial analizado, el *prosumer* realizador es un individuo que pertenece a una sociedad tercermundista, ubicada en centro América y la información vertida es expuesta con la intención de representar una alternativa a una carencia económica.

Por lo que hay que definir al *prosumer* como una figura revolucionaria, que propicia una solución a una carencia, por medio de su conocimiento, “*(...) que se reapropia del espacio por medio de operaciones microscópicas que operan en el interior de las estructuras tecnológicas de comunicación*”.¹⁰⁶

Que sería de esta información si no existieran esta clase de soportes que le dan perpetuidad al conocimiento popular. Las altas

105 De Certeau, Michel, *La invención de lo cotidiano, 1 artes de hacer*, Pág. XLII

106 *Idem.*, Pág. XLV

esferas sociales, son las que tienen los recursos y el poder político para que hacer prevalecer sus ideologías y su conocimiento, los bajos estratos, no lo tienen, o no lo tenían tan al alcance, como ahora lo ha propiciado el videotutorial. “*Lo visible ahora se transforma en memorable*”.¹⁰⁷

En este sentido, la última intencionalidad que se puede destacar de la realización de videotutoriales por parte del *prosumer* es la de perpetuar su conocimiento, que de otro modo se volvería perecedero, al ser insertado al cerebro cósmico se cuenta con una memoria casi permanente.

Lo interesante de perpetuar el conocimiento individual, es que dicha posibilidad es factible para cualquier usuario de la red, lo que implicaría nuevamente, una construcción del conocimiento social, de una conciencia global, dentro del universo digital, dentro del cerebro cósmico.

107 *Ídem.*, Pág. L.

CONCLUSIONES

El presente proyecto tuvo como objetivo primordial reflexionar la intencionalidad comunicacional del videotutorial, del cual pudimos obtener no sólo una respuesta, sino varias. Lo que deja de manifiesto que los usuarios son un cúmulo de ideologías que motivan a alcanzar diversos objetivos bajo un fin común, “la enseñanza”.

Para lograrlo, el proyecto tuvo que retroceder en el tiempo, con la finalidad de encontrar fenómenos similares en otras épocas y bajo otras circunstancias, que se manifestarán como el antecedente claro de lo que actualmente vivimos. Dado que la enseñanza es un problema que ha afrontado la humanidad de tiempo atrás.

Concretamente el desarrollo del proyecto llegó a inferir diversas intencionalidades particulares del *prosumer*, sostenidas bajo reflexiones de ídoles distintas, aunque no necesariamente opuestas entre sí.

La primera se relaciona con el pensamiento que se origina en la época moderna, destacando de la ideología de la mencionada era, la concepción del individuo, el desarrollo tecno-científico y el concepto bajo el que se sostiene la primera intencionalidad de este proyecto, “el progreso”, “el ser moderno”.

En un entorno cultural, en el que la información se valora como un factor ventajoso para el éxito personal, la estrategia de competencia social comienza a centrarse en acciones e instrumentos que permitan explotar y manipular información para obtener de ella un valor sustancial. Lo importante para la sociedad actual no es la información en sí misma, sino la cantidad y clase de beneficio que puede obtenerse de ella.

Relevante en este sentido será el desarrollo de procesos formativos, que motiven a la sociedad a adquirir las habilidades para el

auto-aprendizaje de modo permanente a lo largo de su vida, que sepa enfrentarse a la información y se califique laboral y personalmente para el uso de las nuevas tecnologías de la comunicación, tomando conciencia de las implicaciones económicas, ideológicas, políticas y culturales de la información en nuestra sociedad.

Los videotutoriales, bajo reserva, son claros, precisos, agilizan la información y sobre todo ahorran tiempo, recordando que la sociedad de hoy día y el universo digital se caracterizan por su fervor por la inmediatez, los usuarios buscan una enseñanza que presente una alternativa que no sea lineal, que sea rápida y que sea concisa, a diferencia del texto impreso.

La primera intención que destaco de los realizadores del video tutorial es obtener de él un beneficio propio del conocimiento, que brinde una mejor calidad de vida a sus receptores, la eterna ensoñación del progreso.

Relacionada con esta conclusión, la sociedad actual mantiene una conexión permanente con el constante desarrollo científico y tecnológico el cual comienza a tener mayor importancia que la propia información, la tecnología es a la vez tecnosistema y tecnocracia. La ciencia se pone al servicio de la técnica, como lo revelan los grandes avances tanto en internet como en los *Gadgets* que nos permiten ingresar al entorno digital. En ese sentido, se da mayor peso a la forma que al fondo, a la técnica que al contenido y esto no es sólo con la información sino con todos los aspectos de la cultura posmoderna, por lo que podría caracterizar a nuestra sociedad como “tecnólatra” por ello es que a lo largo de la investigación, se insiste en mencionar el hecho de la incidencia de los avances tecnológicos en el *prosumer*. Los videotutoriales, son precisamente un material que es privilegiado por los alcances en la tecnología.

La segunda conclusión, surge del estudio de caso apoyado en esta reflexión respecto a la “tecnolatría”. Los usuarios del universo digital, se han concentrado en perfeccionar los procesos de los aparatos, los procesos tecnológicos, para obtener los resultados que ayuden al perfeccionamiento de las comunicaciones y no en perfeccionar las comunicaciones como tal. Se han evocado a una automatización de los aparatos, a perfeccionarlos, a convertirlos en maquinas que generen más y de mejor forma las actividades que podría realizar un humano, lo que podría significar a un aparato que se independice del dominio y de la intención humana.

Pero sabemos que esta automatización, aún está algo lejos de ser lograda en su totalidad lo que aún implica la presencia de la intervención del hombre, para tener aparatos funcionales, las maquinas digitales, necesitan de individuos que hagan cumplir esa función, necesita

de *funcionarios*. El ser humano ahora trabaja en función del aparato. Prescribe a los aparatos lo que a él le han prescrito los aparatos.

Por esto la segunda conclusión de la investigación prescribe que, la intencionalidad del *prosumer* de construir el universo digital con videotutoriales no es una intencionalidad propia de sí mismo, sino que es un requerimiento de los aparatos digitales, una necesidad del medio digital de mantenerse cargado de informaciones de índoles variadas. Es una necesidad de mantenerse como ese medio significativo cargado de todas las respuestas, alimentado por el *prosumer*.

La tercera conclusión, está vinculada al carácter amateur didáctico del realizador, “la mejor manera de aprender es enseñando”, el *prosumer* al realizar un video didáctico se obliga a reflexionar e interiorizarse en el tema que va a exponer, no sólo para manejarlo, sino para responder cualquier duda que le surja con respecto al mensaje que busca dar, tomando un proceso activo en relación a la enseñanza-aprendizaje, además de aprender a hacer uso del medio, lo enseña al resto de los usuarios.

En ese sentido los videotutoriales no constituyen sólo instrumentos de enseñanza para sus realizadores, sino que crean un punto de partida para la autonomía del propio proceso de aprendizaje del realizador. Esta intención revela la clara esencia dual del *prosumer*, producir un material didáctico a base de su propio consumo de información.

La cuarta conclusión se encuentra relacionada con la anterior intención del *prosumer* respecto al conocimiento. Puesto que los videotutoriales representan a la clase de material cargado de una gran significación social, puesto que encarnan el cumulo del conocimiento de toda una sociedad, concentrada en las expresiones del *prosumer*.

En este sentido el videotutorial representa el conocimiento obtenido de toda una generación, de toda una época, de la sociedad misma, puesto que al igual que el panfleto, que el *fanzine* y que el video, sirve como un contenedor del conocimiento “popular”, de ese conocimiento que está alejado de las altas esferas hegemónicas de la comunicación.

En este sentido, la tercera intencionalidad que se puede destacar de la realización de videotutoriales por parte del *prosumer* es la de perpetuar su conocimiento, que de otro modo se volvería perecedero, al ser insertado al cerebro cósmico digital se cuenta con una memoria casi permanente, una memoria social.

La quinta y última conclusión, responde a la hipótesis planteada previamente al desarrollo de la investigación. La cual se presenta como la búsqueda de reconocimiento personal, del medio para la construcción de la personalidad del realizador de videotutoriales, del *prosumer*, haciendo uso del conocimiento mismo para dicho efecto.

La comunicación digital representa el corazón del ideal individualista independiente. La libertad aparente que prevalece en el medio, brinda la posibilidad de liberarse de sí mismo y optar por moldear “el ser”, bajo los ideales propios del *prosumer*. Dentro de la estructura digital puede desarrollar abiertamente su videotutorial, exponiendo la información que le resulte útil y atractiva para sí mismo y para otros usuarios.

La identidad se forma con un conjunto de relaciones concretas, somos realmente un “yo” sólo cuando existimos con otros y para otros. Apoyado de este razonamiento los entornos virtuales brindan la posibilidad de difundir tus afinidades, virtudes y hasta tu personalidad, ya sea con la creación de un videotutorial o con otra clase de mensaje. Hay que tener claro, que dado que estas posibilidades se plantean dentro de un entorno mediatizado, se debe comprender dentro del marco conceptual del espectáculo, puesto que plantea una “auto-difusión” mediática, a una escala masificada. En su carácter “espectacular” el sitio responde a la lógica de la cultura como mercancía. La tercera intención que se destaca, es que el realizador hace uso de los videos didácticos para moldear una personalidad de peso que lo identifique claramente dentro del universo digital, para difundirse, para mediatizarse.

Las intencionalidades detrás del videotutorial francamente carecen de importancia para los usuarios que consumen constantemente esta clase de materiales, pero esta información es relevante en el sentido que desenmascara un fenómeno cultural insertado en nuestra sociedad, el cual caracteriza la propia cultura digital y en sí a los actuales comportamientos de la humanidad.

De igual forma, haciendo a un lado el aspecto didáctico del video, estas intencionalidades pueden ser aplicables a los distintos aparatos de comunicación de la red. Y aunque responden sólo a ciertas características de la personalidad individual de un grupo de usuarios, reflejan características propiciadas por la socialización en el entorno real físico, puesto que detrás de un narcisista digital está una mente con dichas características. Por ahora desmenuzar esta reflexión representa un esfuerzo que esté ligado a un sector de la ciencia que no responde a los objetivos del proyecto, pero se deja abierta esta reflexión, para los investigadores que dispongan sus esfuerzos a los comportamientos de los individuos.

Al igual que esta interesante reflexión a lo largo de la investigación nos enfrentamos a diversos cuestionamientos que se encuentran íntimamente, relacionados con el entorno digital, y que no se pudieron afrontar, para no desviar al proyecto de su curso, tal como mi personal interés en todo lo que se relacione con las redes sociales, dado que es evidente que es un entorno que se va desarrollando en

paralelo al mundo real físico y además se alimenta de él, pero que no necesariamente se dirige al mismo punto. ¿Cuáles serán las nuevas implicaciones que traerán consigo la inserción de un mayor número de usuarios a un creciente universo digital? ¿Qué cambios en la personalidad, podría propiciar la participación del individuo en distintas sociedades digitales paralelas a su propia vida?

Naturalmente estos últimos planteamientos tendrían que ser afrontados bajo otro marco de investigación por lo que sólo resta decir que este proyecto puede ser utilizado como parte aguas de estos y otros cuestionamientos relacionados con el universo digital.

BIBLIOGRAFÍA

LIBROS

Adell Joan, Elies; Fecé Josep, Lluís; Guarné, Blai; Propios, Cristina; Selva, Marta; Solà, Anna; Representación y cultura audiovisual en la sociedad contemporánea, Barcelona 2004, 1a Edición, Editorial VOC, (Humanidades; 20) 440p.

Albert, Pierre y Tudesq, Andre-Jean, Historia de la radio y la televisión, México 2001, 1ra Edición, Editorial Fondo de Cultura Económica, (Breviarios 338) 176p.

Bartolomé, Antonio R. Video Interactivo: el audiovisual y la informática al encuentro, Barcelona 1990, 1ra Edición, Editorial Laertes, (Pedagogía; 63) 131p.

Breschand, Jean, El documental: la otra cara del cine, Barcelona 2004 1ra Edición, Editorial Paidós, (Paidós Los pequeños cuadernos de "Cahiers du Cinema!; 3) 101p.

Cebrian Herreros, Mariano, Géneros Informativos audiovisuales, Madrid España 1992, Editorial Ciencia 3 457p.

Cebrian Herreros, Mariano, Información audiovisual, Madrid España 1992, Primera edición, Editorial Síntesis (Periodismo) 524p.

Darley, Andrew, Cultura Visual Digital, Londres 2000 1ra Edición, Editorial Routledge, 225p.

Darnton, Robert, Edición y subversión: Literatura clandestina en el Antiguo Régimen, México 2003, Primera edición, Editorial Fondo de cultura Económica 269p.

Debord, Guy, La sociedad del espectáculo, Valencia 2003 Editorial Pre-textos, 172p.

- De Certau, Michel, La invención de lo cotidiano I. Artes de hacer, México 2000, Primera reimpresión, traducida por Alejandro Pescador, Editorial Universidad iberoamericana (El oficio de la historia) 229p.*
- Dominick, Josheph R. La dinámica de la comunicación masiva: los medios en la era digital, México 2007, 8ª Edición, Editorial Mc Graw Hill, 512p.*
- Esteinou Madrid, Javier, Sociedad moderna y medios de comunicación, México 1995 Editorial UAM Xochimilco, (Reflexiones universitarias; 7) 104p.*
- Ferrater Mora, José, Diccionario de Filosofía, tomo II (E-J), Barcelona 1999, Editorial Ariel S.A., 3ra reimpresión, 1986p.*
- Flusser, Vilém, Hacia una filosofía de la fotografía, México, Sigma, 1990, 191p.*
- Flusser, Vilém, Hacia el universo de las imágenes técnicas, México, 2011, 1ra Edición, Editorial UNAM ENAP, 156p.*
- Foster, Hal, La Posmodernidad, Barcelona 2008, 7ª Edición Editorial Kairos, 241p.*
- Francés, Miquel, La producción de documentales en la era digital: modalidades, historia y multidifusión, México 2003, 1ra Edición, Editorial Cátedra, (Signo e imagen 76) 276p.*
- Fullat, Octavi, EL siglo postmoderno (1900-2001), Barcelona, 2002, Editorial Crítica 210p.*
- García Jiménez, Jesús, Narrativa audiovisual, Madrid 2003, Tercera edición, Editorial cátedra (Signo e imagen / Manuales) 423p.*
- Gubern, Román, El eros electrónico, México 2000, 4ª reimpresión 2006, Editorial Santillana (Pensamiento) 225p.*
- Gubern, Román, La mirada opulenta, Exploración de la iconosfera contemporánea (1987). Barcelona, Gustavo Gilli, 418p.*
- González Ochoa, César, Apuntes acerca de la representación, México 1997, Primera edición, Editorial UNAM Instituto de investigaciones filológicas, (Colección de bolsillo, 2) 91p.*
- Habermas, Jürgen, El discurso filosófico de la modernidad, Buenos Aires Argentina 2008, 1ª Edición, Editorial Katzeditores, 421p.*
- Liotard, Jean-Francois, La condición postmoderna : informe sobre el saber, Madrid 2004, 8ª Edición, Editorial Catedra, (Colección Teorema Serie mayor), 119p.*

- Martínez Abadía, José, *Introducción a la tecnología audiovisual*, España 1993, Editorial Paidós, 269p.
- McLuhan, Herbert Marshall, *La comprensión de los medios como las extensiones del hombre*, España 2009, 1ª Edición, Editorial Paidós, (Bolsillo paidós) 411p.
- Negroponte, Nicholas, *EL mundo digital "Being Digital"*, Barcelona España, (1995) Bailen, 273p.
- Nunberg, Geoffrey, *El futuro del libro ¿esto matará eso?*, España 1998, Primera edición, Editorial Paidós (Paidós transiciones) 314p.
- Paz, Octavio, *Obras completas. La casa de la presencia*, México 1994, Editorial Fondo de Cultura Económica, 333p.
- Pérez Rodríguez, Ma. Amor, *Los nuevos lenguajes de la comunicación: Enseñar y aprender con los medios*, Barcelona 2004, 1ra Edición, Paidós, (Colección Paidós. Papeles de comunicación; 42) 267p.
- Perrault, Jacques, *Las máquinas de comunicar*, Editorial Gedisa (El mamífero parlante. Serie mayor) 232p.
- Pozas Horcasitas, Ricardo, *La modernidad atrapada en su horizonte*, México 2002, 1ª Edición, Editorial Academia mexicana de ciencias, (Las ciencias sociales) 143p.
- Reyes Matta, Fernando, *La comunicación transnacional y la respuesta alternativa*, México 1997 Editorial Instituto latinoamericano de estudios transnacionales, 260p.
- Rodríguez, Ángel, *La dimensión sonora del lenguaje audiovisual*, Barcelona 1998, Primera edición, Editorial Paidós, (Papeles de comunicación 14) 268p.
- Rodríguez Magda, Rosa María; África Vidal, Ma. del Carmen, *Y después del postmodernismo ¿qué?*, Barcelona 1998, 1ra. Edición, Editorial Anthropos, (Biblioteca A: ISSN: Conciencia; 28) 268p.
- Sánchez, Lydia. Duran, Jaume, *Industrias de la comunicación audiovisual*, Barcelona 2008, 1ª Edición, Editorial Comunicación Activa, 294p.
- Sarramona, Jaume; Vázquez, Gonzalo; Colom, Antoni J., *Educación no formal*, Barcelona 1998, 1ra Edición, Editorial Ariel Educación, (Ariel educación) 237p.
- Sluzki, C., *La red social: Frontera de la práctica sistémica*, Barcelona Gedisa, 1998 1ra Edición, 168p.
- Toffler, Alvin, *La tercera ola*, Bogotá 1981, Edición no abreviada, Ediciones Nacionales, (Círculo de lectores) 339p.

- Vázquez, Manuel, *Historia y comunicación social. Edición revisada y ampliada*, Barcelona 1980, Segunda edición, Editorial Crítica (Nuevos instrumentos universitarios) 243p.
- Wolton, Dominique, *Internet ¿y después? : una teoría crítica de los nuevos medios de comunicación*, Barcelona 2000, 1ra Edición, Editorial Gedisa, (El mamífero parlante Mayor) 253p.
- Wolton, Dominique, *Sobrevivir a internet : conversaciones con Olivier Jay*, Barcelona 2000, 1ra Edición, Editorial Gedisa, (El mamífero parlante Mayor) 154p.
- TESIS
- Domínguez Guadarrama, Marco Antonio, *Video documental: diseño, realización y difusión a través de Internet : desarrollo e implementación como apoyo didáctico para la Facultad de Medicina Veterinaria y Zootecnia*, México, 2006, Tesis Licenciatura (Licenciado en Comunicación Gráfica)-UNAM, Escuela Nacional de Artes Plásticas 204p.
- Flores García, Mario Jesús, Hernández Ramírez, Yessica, *Tecnología de redes sociales aplicada a publicidad*, México, 2010, Tesis de Licenciatura (Licenciado en informática) UNAM Facultad de Contaduría y Administración. 110p.
- García Cortés, Claudia Lizzete, *Redes sociales y su relación con el consumo de drogas México*, 2009, Tesis de licenciatura (Licenciada en psicología) UNAM Facultad de Psicología. 110p.
- García García, Lilia Marisol, *El videoarte, la historia de una gran tendencia: reportaje*, México, 2007, Tesis Licenciatura (Licenciado en Comunicación y Periodismo)-UNAM, Facultad de Estudios Superiores Aragón, 155p.
- Islas Fuentes, María del Carmen, *El videoclub en México: el caso videovisa, el perfil del consumidor de video*, México 1994, Tesis Licenciatura (Licenciado en Ciencias de la Comunicación)-UNAM, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales. 166p.
- López Novelo, Roberto Alejandro, *Uso educativo de internet: aplicaciones didáctico comunicativas del correo electrónico y la navegación didáctica*, México, 2004. Tesis de Maestría (Maestría en Comunicación) UNAM Facultad de Ciencias Políticas y Sociales. 124p.
- Reyes Buck, Norma, *La comunicación audiovisual como alternativa para la difusión y apoyo a los derechos humanos*, México 2000 Tesis de Licenciatura (Licenciado en Comunicación Gráfica) UNAM ENAP 135p.
- Romo Cortés, Claudia Lidia, *Las redes sociales como una herramienta de mercadotecnia para el posicionamiento internacional de las em-*

presas, México, 2010, Tesis de Maestría (Maestro en Administración de Negocios Internacionales) UNAM Programa de Posgrado en Ciencias de la Administración. 100p.

Sánchez Badillo, Jorge, Los weblogs como herramienta para la construcción de la información en Internet, México, 2006. Tesis de Maestría (Maestría en Comunicación) UNAM Facultad de Ciencias Políticas y Sociales. 248p.

Santiago Santos, Olga Lydia, Propuesta de un modelo didáctico para la enseñanza a través del video, México, 1999, Tesis de licenciatura (Licenciado en Pedagogía)-UNAM, Escuela Nacional de Estudios Profesionales Aragón, 199p.

Zaragoza Santana, Juana Luisa, El uso del Internet como herramienta alternativa en el proceso de auto-aprendizaje de los estudiantes de pedagogía, México, 2007. Tesis de Licenciatura (Licenciado en Pedagogía) UNAM Facultad de Estudios Superiores Acatlán, 171p.

INTERNET

Analco Martínez, Aída, Publicación 11/06/2006, Fanzines: el papel de la ciudad, No.20 de Regiones, México, [Formato PDF] Disponible en internet en: <<http://www.suplementoregiones.com/pdf/Regiones20.pdf>> [Consultado el 16/11/2010].

Bañuelos Jacob, Youtube como plataforma de la sociedad del espectáculo, [Documento PDF] Disponible en internet en: <<http://www.razonypalabra.org.mx/Jacob.pdf>> [Con acceso en 24/10/2011].

Galeano, Ernesto Cesar, Modelos de comunicación, Universidad Antioquia Recuperado, [Documento PDF] Disponible en internet en: <<http://docencia.udea.edu.co/edufisica/motricidadycontextos/modelos.pdf>> [Con acceso en 18/07/2011].

Joinson, Adam N., Understanding the psychology of internet behaviour virtual worlds, real lives 2003 Recensionado por Milagros Sáinz Ibáñez, [Documento PDF] Disponible en internet en: <<http://utpl.edu.ec/ried/images/pdfs/vol6-2/understanding.pdf>> [Con acceso en 30/10/2011].

Martínez Díaz de Zugazúa, Charo, Publicación desconocida, Fanzines, prensa alternativa y otras publicaciones underground de la Fundación Sancho el Sabio, España, [Formato PDF] Disponible en internet en: http://dialnet.unirioja.es/servlet/dcfichero_articulo?codigo=157602&orden=72664 [Con acceso en 03/11/2010].

Moreno Castillo, Ricardo, Fecha de publicación desconocida, Panfleto Antipedagógico, España, [Documento PDF] Disponible en inter-

net en: <<http://www.libromp3.com/dmdocuments/Moreno%20Castillo%20-%20Panfleto%20Antipedagogico.PDF>> [Con acceso en 30/11/2010].

Nielsen, *Where you spend your time on a network?*, 2011 Disponible en internet en: <http://en-us.nielsen.com/content/en_us/product_families/nielsen_netratings.html> [Con acceso en 25/11/2011].

Pardo Abril, Neyla Graciela, *Revista Latinoamericana de Estudios del discurso*, Volumen 8, Número 1, 2008, [Documento PDF] Disponible en internet en: <[http://www.docentes.unal.edu.co/ngpardo/docs/Aled%208%20\(1\).pdf](http://www.docentes.unal.edu.co/ngpardo/docs/Aled%208%20(1).pdf)> [Con acceso en 23/10/2011].

IMÁGENES

1. *El libro*, Extraída de internet de: <<http://www.revistaeclesia.com/sugerencias-a-realizar-con-motivo-de-septiembre-mes-de-la-biblia/>> [Consultada el 15 de agosto del 2012]
2. *El panfleto*, Extraída de internet de: <<http://poumistawordpress.com/category/victor-serge/>> [Consultada el 15 de agosto del 2012].
3. *El Fanzine*, Ruiz, Juan Carlos Mutilador, México, 1987, 19 p. Portada.
4. *Alvin Toffler*, Extraída de internet de: <<http://www.prosumismo.com/alvin-toffler.html>> [Consultada el 15 de agosto del 2012].
5. *Web 2.0*, Extraída de internet de: <<http://www.eduteka.org/Web20Intro.php>> [Consultada el 15 de agosto del 2012].
6. *Cámara oscura*, Extraída de internet de: <http://caravaggismo.blogspot.mx/2011/04/tras-las-pistas-del-caravaggio-su-vida_10.html> [Consultada el 15 de agosto del 2012].
7. *Linterna mágica*, Extraída de internet de: <<http://arteparaninnos.blogspot.mx/2012/10/la-linterna-magica-taller-infantil.html>> [Consultada el 15 de agosto del 2012].
8. *Cámara de Niepce*, Extraída de internet de: <<http://www.foto3.es/web/historia/historia.htm>> [Consultada el 15 de agosto del 2012].
9. *Fusil fotográfico*, Extraída de internet de: <<http://mike2602wordpress.com/2010/04/09/fusil-fotografico/>> [Consultada el 15 de agosto del 2012]
10. *Fenakitoscopio*, Extraída de internet de: <<http://www.cinematografo.com.br/o-fenaquistiscopio/>> [Consultada el 15 de agosto del 2012].
11. *Cinematógrafo de los Lumière*, Extraída de internet de: <<http://www.goldposters.com/item-5138782/the-lumiere-cinematogra>>

- phe-invented-and-demonstrated-by-louis-jean-and-auguste-lumiere-in-1895.html> [Consultada el 15 de agosto del 2012].
12. *Obra de Alexeieff*, Extraída de internet de: <<http://www.tumblr.com/tagged/alexander-alexeieff>> [Consultada el 16 de agosto del 2012].
 13. *Primera fotografía*, Extraída de internet de: <<http://tejiendoel-mundowordpress.com/2009/12/15/la-fotografia-mas-antigua-conservada-y-otros-records-fotograficos/>> [Consultada el 15 de agosto del 2012].
 14. *Obra de los Lumière*, Extraída de internet de: <<http://www.biografiasyvidas.com/monografia/lumiere/>> [Consultada el 15 de agosto del 2012]
 15. *Radio de los años treinta*, Extraída de internet de: <<http://detrasdelacancion.blogspot.mx/2011/12/ya-este-en-la-web-radio-historias-de.html>> [Consultada el 15 de agosto del 2012].
 16. *Tele espectador*, Extraída de internet de: <<http://antenamisionerawordpress.com/2011/08/03/el-nino-que-queria-ser-un-televisor/>> [Consultada el 15 de agosto del 2012].
 17. *Primera cámara de video*, Extraída de internet de: <<http://tecnorapia.blogspot.mx/2010/02/primeras-camaras-de-video.html>> [Consultada el 15 de agosto del 2012].
 18. *Grabación audiovisual*, Extraída de internet de: <<http://funky-monstruos.mx/showcase/produccion-audiovisual/>> [Consultada el 15 de agosto del 2012].
 19. *Video corporativo*, Extraída de internet de: <<http://www.youtube.com/watch?v=QxgKbpJzurM>> [Consultada el 15 de agosto del 2012].
 20. *Documental Mayo Francés*, Extraída de internet de: <<http://cinematofilos.com.ar/2008/04/cine-para-pensar-el-mayo-francs.html>> [Consultada el 15 de agosto del 2012].
 21. *Camarógrafo documental*, Extraída de internet de: <<http://www.estudioskurin.com/articulo/guia-para-hacer-un-documental/>> [Consultada el 15 de agosto del 2012].
 22. *John Girerson*, Extraída de internet de: <<http://level3uweanimation.blogspot.mx/2011/11/john-grierson.html>> [Consultada el 15 de agosto del 2012].
 23. *Filtros fotográficos*, Extraída de internet de: <<http://conocelafotografia.com/filtro-nd-degradado-otro-accesorio-de-fotografia/>> [Consultada el 15 de agosto del 2012].
 24. *Edición de video*, Extraída de internet de: <<http://www.alamaula.com.co/bogota/otras-clases/curso-edicion-de-video-y-dvd->

- adobe-premiere-ulead-y-after-effects-6-cd-interactivo/1249650> [Consultada el 15 de agosto del 2012].
25. *Emisiones radiofónicas*, Extraída de internet de: <<http://enfasis-comunicaciones.com/la-radio-desplaza-a-las-nuevas-tecnologias-tras-el-paso-devastador-de-sandy/>> [Consultada el 15 de agosto del 2012].
 26. *Producción televisiva*, Extraída de internet de: <<http://www.alamaula.com.co/bogota/fotografia-sonido/curso-edicion-de-video-adobe-premiere-ulead-after-effects-pinnacle/441525>> [Consultada el 15 de agosto del 2012].
 27. *Cassette vhs*, Extraída de internet de: <http://www.ehow.com/how_6779121_instructions-load-vhs-cassette-adapter.html> [Consultada el 15 de agosto del 2012].
 28. *Cámara de video*, Extraída de internet de: <<http://gizmologia.com/2008/06/la-nueva-videograbadora-de-sony>> [Consultada el 15 de agosto del 2012].
 29. *Video grabación*, Extraída de internet de: <<http://ojodelsur.wordpress.com/basura-documental/>> [Consultada el 15 de agosto del 2012].
 30. *Tele secundaria*, Extraída de internet de: <<http://www.escuelafemeninademontefalco.edu.mx/telesec.html>> [Consultada el 15 de agosto del 2012].
 31. *Prosumer*, Extraída de internet de: <<http://ciudadmadrid.olx.es/casting-para-grabacion-de-video-clips-25-octubre-iiid-129333917>> [Consultada el 16 de agosto del 2012].
 32. *Nam June Paik*, Extraída de internet de: <<http://www.triangulationblog.com/2010/07/nam-june-paik.html>> [Consultada el 16 de agosto del 2012].
 33. *Captación propia*, Extraída de internet de: <http://freudteniara-zon.blogspot.mx/2008_06_01_archive.html> [Consultada el 16 de agosto del 2012].
 34. *Tutorial*, Extraída de internet de: <<http://www.microsiervos.com/archivo/arte-y-diseno/tutorial-realzar-color-fotografias.html>> [Consultada el 16 de agosto del 2012].
 35. *Fordismo*, Extraída de internet de: <<http://carocostas.wordpress.com/2008/05/20/fordismo-racionalismo-en-los-procesos/>> [Consultada el 16 de agosto del 2012].
 36. *Sociedad de la información*, Extraída de internet de: <<http://fotos.lainformacion.com/arte-cultura-y-espectaculos/internet/>> [Consultada el 16 de agosto del 2012].

37. *Cibernética global*, Extraída de internet de: <<http://educacion-cafe.blogspot.mx/2012/08/internet-epicentro-de-la-cultura.html>> [Consultada el 16 de agosto del 2012].
38. *Berners Lee*, Extraída de internet de: <<http://blogpracticajose.blogspot.mx/2009/04/tim-berners-lee.html>> [Consultada el 16 de agosto del 2012].
39. *Internet*, Extraída de internet de: <<http://victormartinp.com/2011/01/todo-lo-referente-a-internet-en-el-2010-en-numeros/>> [Consultada el 16 de agosto del 2012].
40. *Facebook*, Extraída de internet de: <<http://www.entreclick.com/%C2%BFque-pasara-con-los-grupos-de-facebook/>> [Consultada el 16 de agosto del 2012].
41. *Milgram*, Extraída de internet de: <<http://www.sinsentidoobligatorio.com/2012/10/el-experimento-de-milgram.html>> [Consultada el 16 de agosto del 2012].
42. *Diaryland*, Extraída de internet de: <http://www.wisi.es/ict/ict_teachers_create.htm> [Consultada el 16 de agosto del 2012].
43. *Blogger*, Extraída de internet de: <<http://www.blogging-basics101.com/2008/12/screencast-tutorial-how-to-post-at-blogger/>> [Consultada el 16 de agosto del 2012].
44. *YouTube*, Extraída de internet de: <<http://blogs.thenews.com.pk/blogs/2012/10/is-youtube-the-culprit/>> [Consultada el 16 de agosto del 2012].
45. *Interfaz de YouTube*, Extraída de internet de: <<http://www.capich.mx/como-activar-la-nueva-interfaz-de-youtube.html>> [Consultada el 16 de agosto del 2012].
46. *Prosumer digital*, Extraída de internet de: <http://www.pressofatlanticcity.com/life/get-the-picture-restrictions-on-taking-photos-at-concerts-can/article_6a1ba526-0ac3-53f1-ad26-e4519b8a3791.html> [Consultada el 16 de agosto del 2012].