



UNIVERSIDAD NACIONAL
AUTÓNOMA DE MÉXICO

Facultad de Ciencias Políticas y Sociales

VIDEO CASERO: LA APROPIACIÓN
DE LA TECNOLOGÍA DEL VIDEO
EN LAS FORMAS DE
COMUNICACIÓN FAMILIAR

TESIS

Para obtener el Título de

LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN

Presenta:

Jorge Eduardo Gómez Suárez

Director de Tesis:

Dr. Ricardo Jesús Balcázar Garcilazo



México, D.F.

marzo, 2014



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.

*Al abuelo David, quien un día llegó con un cachivache sin saber que entre sus manos
tenía la memoria de su familia.*

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	1
Capítulo 1 Tecnología y comunicación	
1.1. Comunicación humana	6
1.1.1. Comunicación interpersonal	9
1.1.2. Comunicación grupal	10
1.1.3. Formas de comunicación y expresión	11
1.1.4. Comunicación mediada	14
1.2. Las tecnologías en la comunicación	16
1.2.1. Relación entre sociedad y tecnología	18
1.2.2. Revisión de tecnologías	23
1.2.2.1. Medios tradicionales	24
1.2.2.2. Los nuevos medios	26
Capítulo 2 El video	
2.1. Definición de la herramienta	29
2.1.1. Televisión y video	32
2.1.2. Los géneros del video	42
2.2. El video en el proceso de la comunicación	50
2.3. El video en México	58
Capítulo 3 El video en lo doméstico	
3.1. La familia: el espacio de la apropiación	64
3.1.1. La apropiación de la tecnología	67
3.2. La influencia del video en la comunicación familiar	73

3.2.1. El video como un espejo y memoria	75
3.2.2. Exaltar el eros a través de la mirada	77
3.2.3. Ser parte de una comunidad de videastas	79
3.2.4. Acortar distancias	81
3.3. La familia dentro de una sociedad vouyerista y exhibicionista	82
Conclusiones	85
Bibliografía	90

INTRODUCCIÓN

YouTube, un sitio de Internet creado con la finalidad de que cualquier persona pueda compartir videos grabados por ellos mismos, inició sus funciones en 2005 con un video titulado *Me at the zoo*.

Desde aquel primer clip de 20 segundos subido a *YouTube*, el cual sólo consigna una visita cualquiera al zoológico de San Diego, California, millones de grabaciones sobre situaciones cotidianas han configurado el mosaico de imágenes de este sitio en la Red, donde actualmente cada minuto se suben 100 horas de video.

Sin embargo, la popularización de este portal de Internet no es más que el clímax de un proceso de apropiación de la tecnología del video en el ámbito doméstico que comenzó hace más de 30 años con la llegada de los primeros reproductores de video para uso doméstico, y que aún sigue evolucionando.

El desarrollo e implantación de las llamadas tecnologías de la información y comunicación (TIC) no sólo han derivado en transformaciones a nivel macrosocial, sino que también se han reflejado en grupos sociales, como lo es la familia.

Estas herramientas comparten el espacio doméstico con aparatos que ayudan a cocinar, congelar o lavar, aunque su importancia radica en la producción y recepción de mensajes a través de ellas, al satisfacer la necesidad de comunicación con otros seres humanos.

La comunicación familiar implica la transmisión de emociones, recuerdos e interacciones que fortalecen la unión entre los miembros del grupo. El carácter instrumental de la comunicación humana ha hecho evidente una modificación en las formas de transmitir esa información dentro de la familia.

La introducción de tecnologías como la fotografía, el teléfono, la radio y la televisión, y años después de otras más personalizadas como la telefonía celular, el Internet y el video, han encajado en la esfera doméstica al responder a las

necesidades de comunicación, lo que implica una variedad de usos a partir de su apropiación.

La presente investigación pretende identificar y describir los usos que se le dan a la tecnología del video en el ámbito casero, un terreno de la producción audiovisual poco explorado y que, no obstante, ha impuesto un estilo que incluso es recreado en la televisión y el cine.

En el marco de la *Teoría de los Sistemas*, la comunicación se ubica como operación fundamental en la génesis, reproducción, mantenimiento y funcionamiento de los grupos sociales.

El grupo familiar establece una estrategia para cubrir su necesidad comunicativa, a partir de la apropiación de determinadas tecnologías. En el capítulo primero se ahonda en el concepto de comunicación y su papel en la formación de grupos. Las características inherentes en este fenómeno permiten tener una base para entender las cualidades que hacen de una tecnología la ideal para la interacción entre dos o más personas.

El modelo básico del acto comunicativo supone la existencia de un emisor que produce un mensaje y un receptor del mismo. Entre ambos agentes hay un medio por el cual la información se transmite.

En el canal es donde se presenta el carácter artificial de la comunicación humana con el desarrollo de herramientas que se convierten en extensiones de los sentidos, las cuales se definen como fuentes físicas naturales con las que es posible interactuar.

En esta reflexión se aborda la relación entre sociedad y tecnología, donde la primera puja para el desarrollo de artefactos responde a la satisfacción de las necesidades sociales. El rechazo o aceptación de estas herramientas dependerá del uso que la sociedad le dé. El contexto histórico en el que se implementa la tecnología puede determinar el proceso de apropiación de la misma.

El discurso de la *Sociedad de Información y el Conocimiento* destaca el uso de tecnologías que mejoren la vida de las personas a partir de un mayor acceso al conocimiento y conexión con otras personas, una función que el video comparte.

En el capítulo segundo se detallan las distintas etapas en la evolución de la tecnología del video desde su nacimiento en el seno de la televisión hasta su consumo en el ámbito doméstico y su integración con otras plataformas del nuevo siglo.

A finales de la década de 1970, el desarrollo de nuevos formatos de video permitió su llegada a un nuevo mercado sin tener en cuenta que su demanda se dispararía, con usos no contemplados hasta entonces.

Además de su portabilidad, la naturaleza del video lo ha perfilado como una herramienta ideal para la comunicación. Por un lado, prioriza el sentido de la vista por el cual el hombre recibe la mayor información de su entorno, y por otro, su lenguaje icónico lo hace universal en una sociedad dominada por el *Homo Videns* de Giovanni Sartori.

En el tercer capítulo de esta investigación la investigación gira entorno a los núcleos familiares que se apropian de la tecnología del video. La familia, contextualizada en el que en la SIC, o que otros autores llaman la tercera revolución industrial, permanece como subsistema social el cual es afectado por los cambios políticos y económicos presentes en la sociedad.

La industrialización ha terminado con modelos familiares tradicionales, relajando las relaciones entre sus miembros, en parte por este carácter de consumista que fue adquiriendo la familia.

La perspectiva de la teoría sistémica nos permite visualizar la dinámica con la cual se mueve el grupo a partir del lugar en el que estén situados los ejes de poder. Una tecnología como el video que se mueve en un nivel horizontal, sin jerarquías de por medio, se adapta fácilmente a un medio familiar más democrático.

Antes que nada, la tecnología de video, así como cualquier otra tecnología de la comunicación, debe entenderse como una mercancía que en parte está destinada al consumo doméstico. Entender su apropiación implica partir del mismo proceso por el que pasan otros artefactos presentes en el hogar.

El teórico de la comunicación, Roger Silverstone, resume cuatro etapas en la apropiación que hace la familia de una tecnología: apropiación (cuando es adquirida y deja de ser mercancía); objetización (cuando se le asigna un espacio en el hogar); incorporación (cómo influye en las dinámicas de la familia); y conversión (el objeto conectando al grupo con el exterior).

A partir de esas fases será posible explicar los distintos usos que el grupo familiar hace de la tecnología del video: la memoria, las relaciones afectivas, la cercanía y el sentirse parte de una comunidad tecnologizada.

De la comunicación familiar mediada con el video se desprenden prácticas culturales peculiares, desde negocios dedicados a videograbar eventos familiares, hasta pornografía amateur, pasando por videos virales en Internet, entre otros, que a continuación detallaremos en esta investigación.

CAPÍTULO 1. TECNOLOGÍA Y COMUNICACIÓN

1.1 Comunicación humana

El video, comprendido en la gama de tecnologías de la información y la comunicación (TIC), compensa una necesidad propia de los seres humanos que es la de comunicar. La apropiación que ciertos grupos sociales dan a esta herramienta responde en gran medida a las prácticas comunicativas que se realizan dentro de ellas.

La comunicación es un proceso de *interacción* en el que está presente un efecto de acción y reacción, lo que hace posible identificar una variedad de procesos en el universo de naturaleza comunicativa. El simple contacto entre dos elementos que conforman un sistema se entiende como comunicación, de tal modo que se habla de comunicación entre animales, entre máquinas, comunicación física, así como biológica entre microorganismos.

Las manifestaciones comunicativas que se dan entorno al hombre se distinguen de otras al intervenir en gran medida en la construcción de complejas estructuras sociales. La comunicación está presente en las relaciones sociales y forma parte de la naturaleza gregaria del hombre, el animal político que hace llevadera su existencia a partir del contacto con otros seres humanos.

La familia como un grupo social cuya construcción y mantenimiento depende de la interacción de sus miembros y es el punto en el que radica la importancia de la comunicación y la forma cómo fluye dentro de ella.

Una particularidad de la comunicación humana es el establecimiento de un modelo circular donde fluye la información y se hace común entre los miembros de

un grupo. Durante este proceso la información se multiplica y se enriquece, por lo que no se habla de una acción comunicativa sino de varias.¹

Dentro de este modelo circular del acto comunicativo está presente un emisor que selecciona, por un lado, la información, y por el otro, el acto de comunicar, es decir, los códigos a emplear para el mensaje y el canal por el cual lo transmitirá hacia el receptor. El siguiente escalón es el acto de entender dicha información por parte del receptor.

No obstante, parte del dinamismo que caracteriza a la comunicación humana descansa en el hecho de que todos los elementos que conforman este proceso tienen la misma importancia y, mientras el emisor manda un mensaje, el receptor lo asimila, lo interpreta y puede generar uno nuevo, convirtiéndose en emisor, para que la información fluya en un suceso de efectos multiplicadores, un *feedback* o retroalimentación.²

Además de la conjugación de estos agentes del proceso comunicativo, su carácter interactivo involucra el manejo de un contenido cognoscitivo, es decir, está presente la transmisión de conocimientos e ideas.

Lo anterior supone dos acciones: la de comunicar y la de interpretar, o como lo explica Manuel Martín Algarra: “la comunicación tiene que ser una

¹ Niklas Luhman en su libro *Introducción a la teoría de sistemas* presupone el carácter social de la comunicación por el concurso de un gran número de sistemas de conciencia. Se rompe con el esquema lineal y la información se mueve de ida y vuelta, multiplicándose y retroalimentándose dentro del mismo sistema. Esta afirmación parte de la perspectiva de la teoría general de los sistemas en la que se conceptualiza a la sociedad como un sistema abierto, capaz de interactuar con su entorno y que la reproducción de la misma se lleva a cabo a partir de la comunicación. Cfr. Niklas Luhman, *Introducción a la teoría de sistemas*, México, Universidad Iberoamericana, 1996, p. 302. El filósofo y semiólogo italiano Ferruccio Rosi Landi define a la reproducción social como el complejo de procesos mediante el cual una sociedad sobrevive, y de esos procesos, la comunicación juega un papel fundamental. Cfr. Ferruccio Rossi-Landi, “El lenguaje”, *Historia de la Comunicación*, vol. I, Barcelona, Bosch, 1992, p. 62.

² Harold Laswell propuso este modelo básico que hasta nuestros días continúa siendo referente en la explicación del fenómeno comunicativo. El modelo de las 5W o las cinco preguntas de la retórica clásica (quién, dice qué, a través de qué medio y para quién) se define como lineal unidireccional: más adelante fue complementado por otros investigadores que incluyeron el aspecto dinámico del proceso, el modelo circular en el que hay una participación recíproca por cada uno de los elementos del acto comunicativo.

interacción que tenga como finalidad que lo expresado sea comprendido por el otro y que efectivamente comprenda lo que significan tanto la acción como su contenido expresivo”.³

De esta forma la comunicación humana es posible ubicarla dentro de dos categorías: La relacional y la simbólica.⁴ La comunicación relacional es el contacto entre las personas, mientras que la parte simbólica tiene que ver con ese contenido cognitivo que las personas construyen y comparten a partir de la utilización de códigos como lo es el lenguaje.

La capacidad simbólica del hombre lo hace único. Giovanni Sartori lo menciona en su libro el *Homo Videns*: el hombre no vive en un universo puramente físico sino en un universo simbólico, y el lenguaje es un ejemplo de esta capacidad.⁵

La comunicación como forjadora de las formas sociales, es una cualidad que se comparte con otras especies en la naturaleza, pero el universo simbólico que se crea alrededor de estas relaciones a partir de la generación de sistemas de signos es una particularidad de la comunicación humana.

La comunicación humana contiene una producción ilimitada de mensajes y significados, que a voluntad de los participantes pueden ser compartidos o en el caso del receptor, interpretados. Pero además, existe otra peculiaridad que descansa en el uso de herramientas que de manera artificial producen, emiten y resguardan dichas señales.

Los recuerdos, las emociones y la transmisión de conocimientos forman parte de ese universo simbólico que se mueve en el interior del grupo familiar y se

³ Manuel Martín Algarra, *Teorías de la comunicación: una propuesta*, Madrid, Tecnos, 2003, p. 56.

⁴ Tomamos la división hecha por Martín Algarra puesto que sintetiza la de autores consultados.

⁵ Sartori hace énfasis en esta cuestión del lenguaje como lo que caracteriza e instituye al hombre, llamando a este como un animal *loquax*. Cfr. Giovanni Sartori, *Homo Videns. La sociedad teledirigida*, México, Punto de Lectura, 2005, p. 29.

materializa a través del un conjunto de signos —un lenguaje audiovisual en el caso del video.

La comunicación deja de ser algo meramente natural para añadirse su carácter cultural, en la que se comparte una realidad en común, además de la utilización de un elemento físico, también común, como medio,⁶ lo que coloca al proceso comunicativo como un elemento constitutivo y de reproducción de la sociedad.

La manera en cómo cada grupo se comunica a partir de las herramientas tecnológicas es un reflejo de su adaptación a los cambios que se presentan en su contexto social. Lo que se mantiene intacto es la naturaleza de la comunicación y los niveles en los que se mueve, además de premisas indispensables para su realización.

El fenómeno de la comunicación dentro de la sociedad es posible visualizarlo en varios niveles de acuerdo al número de participantes. Una tipología manejada por varios estudiosos de la comunicación enlista cinco niveles: intrapersonal, interpersonal, intragrupal, intergrupar, colectiva o masiva, social o societaria.⁷

El acercamiento a las formas de comunicación en el ámbito doméstico nos remite principalmente a dos de estos niveles: el interpersonal y el grupal, en las cuales se involucra una serie de valores, simbolizaciones y conductas compartidas dentro de un grupo social, entre las que destaca el uso de una lengua, ciertos gestos u otros sistemas de signos en común que se adquieren en el curso de la comunicación.⁸

⁶ Manuel Martín Algarra, *op.cit.*, p. 64.

⁷ Alejandro Gallardo, *Curso de teorías de la comunicación*, México, UNAM, 1990, p. 39.

⁸ La cultura se define como el conjunto de significaciones que un grupo le da a su entorno, y el uso que le da.

1.1.1 Comunicación interpersonal

Las relaciones sociales tienen como base la comunicación interpersonal,⁹ a través de la cual una o más personas manifiestan una necesidad y pone a prueba sus capacidades para poder comunicarla y lograr la ayuda de los demás que comparten el mismo fin.

La interdependencia física no se puede eludir en el proceso comunicativo. Una persona construye un mensaje para que otro lo lea, vea o escuche, el proceso comunicativo dependerá en gran medida de la negación o aceptación por parte del otro.¹⁰

La comunicación familiar implica una interacción entre dos o más miembros del grupo familiar, dentro de una situación espacio-tiempo específico.

En el desarrollo de la interacción, además de la existencia de un emisor y un receptor, cada uno debe tener la competencia de comunicarse como es el uso de un mismo lenguaje para llegar a un entendimiento en común.

Dentro de este proceso no solo es indispensable el uso de un lenguaje en común entre los participantes, sino que también depende de la apropiación de ambas partes de una herramienta para la mediación en el proceso de interacción en el que se comparte un contenido cognoscitivo.

La comunicación interpersonal enriquece la experiencia de cada individuo al entrar a ese modelo circular en la que el papel de emisor y receptor se va alternando. La comunicación como el agente operativo que permite la reproducción de la sociedad, no se limita al simple hecho de transmitir información

⁹ No hay que descartar el aspecto de la comunicación intrapersonal que forma parte de esta adaptación que hace el mismo hombre con su ambiente.

¹⁰ "La condición de la aceptación de la comunicación es elemental para entender el proceso comunicativo: sobre la base del rechazo la comunicación sería imposible". Esto, aunque suene lógico, forma parte del carácter selectivo de la comunicación humana, y en un plano básico de ésta, es decir, cara a cara, es fundamental lograr la premisa de aceptación. Cfr. Niklas Luhman, *op.cit.* p. 318.

desde una fuente, sino que el receptor, además de asimilarla, la enriquece, dando paso a una retroalimentación o *feedback* del mensaje.

Otra premisa de la comunicación interpersonal es la empatía. No hay que perder de vista el carácter social de la comunicación, que más allá del accionar y reaccionar, el emisor comparte con el receptor un contexto cultural en común, sabe de sus necesidades y le guía en la manera de conducirse dentro de una situación comunicativa determinada, ya que: “cada sujeto construye una imagen de su interlocutor y estructura cada una de sus acciones en relación a las acciones que prevé como respuesta”.¹¹

El compartir un espacio en común y la convivencia diaria en el núcleo familiar hace factible la empatía en la comunicación entre sus miembros, al compartir recuerdos, emociones y experiencias, que al estar en constante retroalimentación fortalecen la identidad del grupo.

Los roles dentro de este sistema social también juegan un papel importante en el proceso de la comunicación en su nivel interpersonal, a partir de una interacción que se lleva a cabo sobre la base de reglas y dentro de esa dimensión normativa para la construcción de mensajes.

1.1.2. Comunicación grupal

En el marco de la Teoría de los Sistemas, la comunicación es un agente constitutivo de grupos, así como de su funcionamiento y mantenimiento. Para entender cómo los miembros de un grupo interactúan hay que considerar el contexto en el que se desenvuelven, los estándares de conducta, roles establecidos y las metas que poseen en común.

Cada grupo crea sus propios modelos de comunicación a partir de los procesos que se desarrollan en su interior. Si en la definición de comunicación

¹¹ Gianfranco Bettetini, et al, *Las nuevas tecnologías de la comunicación*, Barcelona, Paidós, 1995, p. 151.

interpersonal hablamos de individuos con necesidades e intención de comunicarla, ya en números mayores y conglomerados, los grupos también persiguen fines en común que se traducen en estrategias comunicativas para satisfacerlas.

El grupo familiar está configurado por un conglomerado de necesidades que van desde las más básicas como una vivienda que de seguridad y protección, así como el de la alimentación, pero es el mantenimiento y la productividad los objetivos primordiales de la familia en los que la interviene la comunicación.

La comunicación aumenta la posibilidad de sociedad y va muy de la mano con la organización social. Los individuos experimentan sus primeros contactos con las manifestaciones comunicativas en la familia, esa unidad fundamental de la sociedad, a partir de la transmisión de emociones, conocimientos y recuerdos, prácticas que traslada a espacios externos como la escuela, trabajo, entre otros.

Sin embargo, la forma como este proceso de comunicación grupal se manifiesta —al igual que el interpersonal— no es algo único sino que varía conforme a las funciones que más destaquen en el acto comunicativo, las cuales enumeramos a continuación.

1.1.3. Formas de comunicación y expresión

Las formas de interacción entre las personas se ven influidas por una serie de factores como son las actitudes, actividades externas de los miembros, su posición en la sociedad, el marco de referencia de la comunicación, así como las reglas y códigos presentes.

El psicólogo italiano Pio Enrico Ricci enmarca cinco funciones fundamentales de la comunicación dentro de las relaciones sociales: referencial, (representativo); interpersonal (expresiva); de auto y heterorregulación (de

control); de coordinación de las secuencias de interacción; y por último, de meta comunicación.¹²

La manera como se configuren estas categorías determinará la forma de comunicación a emplear por dos personas o un grupo. Las funciones enlistadas por Ricci actúan de este modo:

Función referencial: Un aspecto fundamental en la comunicación es que el intercambio de información entre los interlocutores se realiza sobre un objeto o punto de referencia,¹³ es decir, el proceso por el cual inicia el proceso comunicativo, y en el que el mismo objeto de referencia es la necesidad que mueve al individuo o a un grupo a interactuar para lograr dicha meta.

Función interpersonal: En este procedimiento tan básico en el que consiste el intercambio de información, la transmisión de cualquier mensaje verbal nunca es neutra, por lo que es preciso analizar la relación entre el emisor con el receptor, como lo puede ser el compartir el mismo núcleo familiar y el rol que desempeñan dentro, además del estado emocional de los mismos, su educación, nivel socioeconómico, lugar de origen, entre otros.¹⁴

¹² Pio Ricci expone en su libro, *La comunicación como proceso social*, que aunque existan diversas funciones de la comunicación, un sistema puede usar desempeñar más de una función. En este caso, el autor define cuatro tipos de sistemas de comunicación presentes en una interacción comunicativa: el sistema verbal, de entonación, kinésico y paralingüísticos, que en síntesis, estos tres últimos conforman el bloque de la comunicación no verbal. Lo que es posible deducir de este modelo es la existencia de distintos códigos o lenguajes (entendiendo que el lenguaje es un sistema de signos) en los que se mueve la información. Más adelante, será preciso entender el papel del video en un sistema de comunicación en el que se conjuntan los anteriores. Cfr. Pio Ricci, *La comunicación como proceso social*, México, Grijalbo-Conaculta, 1990, p. 57.

¹³ Ídem.

¹⁴ Alejandro Gallardo apunta en su *Curso de teorías de la comunicación*, que “El sistema sociocultural al que pertenece la fuente o el receptor influye gradualmente en sus codificaciones y decodificaciones”. Los participantes de este flujo de información dentro de un sistema social cumplen un determinado rol, función, gozan de cierto prestigio, profesan ciertas creencias y están influidos por un conjunto de valores que moldean sus actitudes hacia el exterior. Cfr. Alejandro Gallardo, *Op.cit.*, p. 45.

Otro aspecto a destacar en la función interpersonal de la comunicación son los gestos y ciertas actitudes en la expresión de un individuo que forman parte de su personalidad que entran en el plano de la comunicación no verbal.

Función de autorregulación: Los roles o jerarquías que existen en la organización de un grupo social como lo es la familia, afectan la codificación de un mensaje o cierta conversación que busca influir en el comportamiento del interlocutor. El éxito que se tenga en esta interacción dependerá en gran medida a la posición que se ocupe dentro del grupo. En el ámbito familiar, Ricci pone un ejemplo claro en la relación madre e hijo, quien “al analizar el lenguaje como sistema de opciones, presenta de manera ejemplar toda la gama de posibilidades que una madre tiene a su disposición para expresarle al hijo las propias intenciones respecto de lo que desea que sea hecho o no”.¹⁵

Función de coordinación de las secuencias interactivas: Pio Ricci subraya la existencia de reglas que rigen la manera cómo se lleva a cabo una conversación, es decir, cuando la fuente y el receptor forman parte de un sistema social y de un contexto cultural en común como es el grupo familiar, además del uso de un lenguaje, manejan una “serie de elementos, como son el turnar los papeles del hablante y oyente, saludarse, despedirse, entre otros”.¹⁶

En cuanto a la expresión que puede adoptar el mensaje —a partir de la dicotomía contenido y expresión— la comunicación encuentra otras variantes que desde el punto de vista lingüístico se pueden enlistar como descripción, narración, argumentación y exposición.

¹⁵ Pio Ricci, *op.cit.*, p. 65.

¹⁶ Es el uso de estos elementos donde también influye el sistema de roles. En este caso, el papel de la mirada tiene un papel fundamental puesto que da pauta para un intercambio de posiciones dentro del proceso comunicativo.

La familia como grupo social escoge el modo de cómo codificar sus mensajes, entre los cuales puede involucrar signos verbales o no verbales, que manipular a su conveniencia con el fin de manifestar cierta intención.

El video es un medio audiovisual que además de reunir el lenguaje, incluye elementos visuales y sonoros que conforman nuevos códigos de los cuales los miembros del grupo familiar aprehenden y hacen uso. La apropiación de estas herramientas tecnológicas para la comunicación implica un proceso doble de aprendizaje para los participantes del acto comunicativo: la cuestión técnica y la del lenguaje que lleva implícito y que se apega a las funciones antes mencionadas. La interacción entre dos o más personas se verá afectada hasta cierto grado, en parte por la naturaleza de la tecnología con la que es mediada.

El desarrollo y elección de determinados canales, tal cual lo es el video, responde al grado de dificultad que represente en su manejo; mientras más faciliten la transmisión de la información y funcionen como extensiones de los sentidos humanos será mayor el éxito de estas herramientas como mediadoras de la comunicación.

1.1.4. Comunicación mediada

El proceso comunicativo entre humanos destaca por su carácter instrumental. Desde la aparición de los primeros grupos humanos, el uso de medios específicos nos refiere una aparente artificialidad frente a otras manifestaciones comunicativas en el universo.

La capacidad del hombre para adaptar objetos y fuerzas externas para crear medios eficientes de comunicación, más allá de las limitantes que la naturaleza humana le confiere, le han permitido operar mediaciones de alcances diversos dentro de las prácticas sociales.

La elección de un medio que haga posible la transmisión de un mensaje forma parte de las prácticas comunicativas entre las personas. Este elemento se le

denomina canal del cual depende en gran medida la efectividad de la comunicación.¹⁷

Un estudio que tiene como eje central a este elemento básico del acto comunicativo se ubica en el modelo propuesto por los Ingenieros C. E. Shannon y Warren Weaver,¹⁸ quienes en 1948 formularon una teoría conocida como la Teoría Matemática de la Comunicación para la Bell System Technical Journal, publicación perteneciente a la compañía telefónica Bell.

Este trabajo consistió básicamente en el análisis de los efectos de los ruidos presentes en el proceso de transmisión de información. Para Shannon el problema principal de la comunicación es que la información llegue sin ninguna alteración a su destino. A mayor comunicación, mejor y entendible, habrá mejor organización dentro de un grupo social.

Las formas más tempranas de comunicación humana hacían un uso predominante de “fuentes físicas, inherentes desarrolladas y constituidas”.¹⁹ A través del cuerpo humano es como el hombre comienza a comunicarse con su entorno, desarrollando habilidades donde lo verbal y no verbal entran en acción.

¹⁷ Para David K. Berlo la palabra canal deriva en tres acepciones: el canal como un elemento codificador y decodificador de mensajes; el medio físico-ambiental por el cual se transmite; y por último, el canal como *vehículo* del mensaje, Cfr. David K. Berlo, *El proceso de la comunicación: Introducción a la teoría y a la práctica*, México, El Ateneo, 1985, p. 50. En la comunicación interpersonal directa los canales básicos con los que el hombre cuenta son los cinco sentidos. En esta misma frecuencia Pio Ricci cita dos tipos de canales, el verbal y el no verbal, es decir, el conjunto de comportamientos que permiten la transmisión del mensaje. Sin embargo, el uso de otros canales de comunicación se extiende más allá del uso corporal. Cfr. Pio Ricci, *op.cit.* p. 41.

¹⁸ Como antecedente a este modelo tenemos el Modelo de Laswell. Lo que marca distinción entre cada uno de estos modelos es la importancia que le dan a ciertos elementos del acto comunicativo. En 1948 Laswell propone cinco, que son: quién dice qué en qué canal a quién con qué efecto. El catedrático español de Teoría de la Comunicación y de la Información, Martín Algarra, señala que “al estudiar el ‘quién’, considera la cuestión del control en la comunicación. Al estudiar el ‘qué’ surge el campo del análisis de contenido. El estudio del canal no es sino el análisis de los medios de comunicación. El ‘quién’ nos lleva a considerar las audiencias”. En el caso del modelo de Laswell, quién estaba interesado en la cuestión de la propaganda, pone mayor énfasis al quién y al efecto, mientras que el modelo de Shannon y Weaver, conocido como el Modelo Matemático, su objetivo fundamental era estudiar el ruido en las transmisiones telefónicas, por lo que su análisis se centra en el canal. Cfr. Manuel Martín Algarra, *op.cit.*, p. 97-98

¹⁹ Raymond Williams, “Tecnologías de la comunicación e instituciones sociales” en *Historia de la comunicación*, Vol. II, Barcelona, Bosch, p. 186

En un segundo nivel, más avanzado, el hombre adapta y utiliza objetos y fuerzas externas como medios de comunicación que le permiten hacer más llevadero el proceso comunicativo. A través del uso de tecnologías, no solo se facilita el flujo del mensaje, sino que además los espacios físicos son superados mientras el nivel físico de interdependencia de la comunicación se complejiza.

En el caso del video y otras tecnologías de la comunicación contemporáneas ya no basta la simple existencia de un emisor y un receptor dentro de un mismo espacio, será el instrumento el que los conecte.

Las denominadas Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) desarrolladas en la segunda mitad del siglo XX hasta la fecha, cumplen con lo formulado en la teoría de Shannon y Weaver de permitir un mayor flujo de la comunicación sin ruidos de por medio, además de prolongarla en el tiempo y el espacio.

La acelerada evolución que han tenido en los últimos decenios estas herramientas supone una interconexión más sólida en las relaciones sociales. Sin embargo, este desarrollo e inclusión de estos instrumentos en la dinámica de los grupos sociales no es un fenómeno que aparezca de manera espontánea, sino que forma parte de un contexto histórico, político, económico, en el que se entrelaza la relación de la tecnología y la sociedad que a continuación examinaremos.

1.2. Las tecnologías en la comunicación

La tecnología se define como el conjunto de conocimientos que sirven para el desarrollo y utilización de habilidades que responden a necesidades de una sociedad determinada.

El concepto de tecnología va más allá de un invento técnico. La técnica y tecnología se encuentran muy ligados, pero no significa que sean lo mismo: la primera es una habilidad particular o la aplicación de esa habilidad, mientras que

la segunda es el conjunto de conocimientos que sirven para el desarrollo y aplicación de dicha habilidad.²⁰

Alrededor de las necesidades sociales básicas como son la alimentación, el vestido y el hogar, el hombre estructuró una serie de conocimientos que se tradujeron en el desarrollo diversos inventos técnicos y la base para su utilización. La formación de nuevas exigencias por parte de la sociedad se daban conforme las necesidades básicas eran gratificadas a partir del uso de tecnologías

El desarrollo de tecnología responde en favor de la reproducción social según el contexto social en el que esté inserto.²¹ Algunas de las primeras herramientas de fabricación humana fueron destinadas a actividades como la caza y la pesca, que permitieron a los individuos tener un mayor aprovechamiento de los recursos que la naturaleza brinda, además de la exploración de nuevos territorios y climas.

La necesidad de producir mensajes, ampliar el alcance de personas a las que pudiese llegar y afectar, además de la posibilidad de almacenarla, supone el desarrollo de tecnologías que mejoren los procesos interactivos en un proceso que pretende igualar el acto comunicativo cara a cara., tales como la invención de la imprenta, el cine, y el video.²²

Una relación simbiótica entre sociedad y la tecnología está implícita en este proceso: la tecnología actúa sobre necesidades que genera la sociedad, mientras que la dinámica social se ve trastocada con la implementación de nuevas herramientas.

²⁰ *Ibíd.*, p. 184.

²¹ El trabajo, como lo argumentara Federico Engels, fue fundamental en el desarrollo del hombre como ser social, marcándose un punto del cuál partiría esa divergencia entre la evolución orgánica y el progreso social. Aunque el ensayo realizado por Engels en el siglo XIX no es un texto sobre aspectos de comunicación, aborda el concepto del trabajo como un proceso de interacción entre individuos que buscan un fin en común, característica básica del concepto de comunicación. Incluso es acertada la observación sobre el lenguaje como producto del trabajo, además de repercutir en la capacidad de abstracción del hombre. Cfr. Federico Engels, "El papel del trabajo en la transformación del mono en hombre" en *Obras escogidas*, URSS, Progreso, 1978, pp. 142-154.

²² Raymond Williams, *op.cit.* p. 186-187.

Las TIC suponen una sociedad del conocimiento, en el que la información está al alcance de la población que a su vez está más interconectada. No obstante, detrás de esta mancuerna tecnología-sociedad hay un proceso de apropiación en el que los grupos sociales aceptan o rechazan dichas innovaciones, el cual se explicará a lo largo de esta investigación.

1.2.1. Relación entre sociedad y tecnología

En un plano distinto al técnico, la tecnología posee un discurso social en el que funge como instrumento para mantener el orden de las cosas o cambiar las condiciones y relaciones que se establecen entre los diversos sectores sociales. En la medida en que son socialmente aceptadas, las tecnologías introducidas permiten la generación de prácticas y usos sociales diferentes y alternativos.

La apropiación que estos grupos hagan de las herramientas revela el papel fundamental que desempeña la colectividad para impulsar o rechazar una tecnología, es decir, una innovación vale en relación al impulso social que la sostiene y la impone, lo que deja fuera toda posibilidad de determinismo tecnológico.²³

El desarrollo de tecnologías responde a cierto contexto cultural, es decir, a las exigencias ya presentes. Las necesidades propias del hombre cambian de acuerdo a las épocas. No son las mismas necesidades las de una familia del siglo XVIII que las de una que vive en el tercer milenio.

²³ Es importante aclarar que no hablamos de un determinismo tecnológico como propone Marshal McLuhan en su libro *Understanding the media* poniendo al medio como el que da forma y controla la escala y forma de las asociaciones humanas y su correspondiente accionar, pero hay que entender el aspecto tecnológico su desarrollo en el seno de la sociedad por lo tanto responden a necesidades y una vez satisfechas dichas exigencias sociales es obvio que el uso de estas innovaciones propiciará el nacimiento de nuevas prácticas dentro de los grupos humanos. "The railway did not introduce the movement (...) but it accelerated and enlarged the scale of previous human function". McLuhan reconoce este proceso en la evolución social, y si hay una necesidad por tener un transporte eficaz, rápido, que comunique más ciudades, llega el ferrocarril como alternativa y conforme pasa el tiempo la sociedad va asimilando estos cambios que se reflejan en la percepción del tiempo, por ejemplo, y lo adoptan como parte de su cotidianidad. La máquina no moldea sola las prácticas sociales sino que intervienen diferentes factores. Cfr. M. McLuhan, *Understanding the media*, New York, McGraw-Hill, p. 8.

Detrás de todo pensamiento científico y técnico, en cualquier periodo de tiempo, existen necesidades particulares. Entender las diversas formas de comunicación en el pasado es adentrarnos en las complejas estructuras políticas y sociales que se respiraban en aquellas épocas.

Todo esto permite entender la razón por la cual la tecnología ocupa un lugar preponderante dentro de una formación social. En las sociedades del mundo se invierten importantes recursos y se trabaja sobre el desarrollo de tecnologías en particular.²⁴

El fin que se persigue en el desarrollo de tecnologías de la comunicación ha sido el de hacer más llevaderas las prácticas comunicativas, incluso, sin la necesidad de una proximidad física, sin la limitante del tiempo y espacio²⁵.

Pero este cambio en la modalidad operativa de la comunicación también trastoca valores y aspectos culturales puestos en juego, es decir, modifica la forma de percibir el mundo, comenzando por esa convivencia del hombre con nuevos instrumentos que rigen su vida cotidiana.

En la historia de la comunicación humana es posible describir etapas durante las cuales la utilización de cierto medio le da identidad, mientras que la introducción de otro medio será un momento de transición, lo que hace presente un desplazamiento tecnológico.²⁶

²⁴ Harold Innis en su libro *Empire and Communication* describe extensamente el papel crucial que jugaron los medios de comunicación dentro de la organización y administración de un Imperio, refiriéndose en específico a las civilizaciones occidentales y mucho antes que McLuhan entienda el determinismo en las formas de vida con la introducción de nuevas tecnologías a las prácticas sociales, poniendo como ejemplo el caso de la escritura. Cfr. H. Innis, *Empire and Communication*, Toronto, Ontario, Canadá, Dundurn Press, 2007, p. 23.

²⁵ La escritura fue la primera invención que superó la proximidad física, a partir de un mayor nivel de abstracción que proveyó al hombre de una memoria transpersonal capaz de transmitir su experiencia a sus contemporáneos lejanos y generaciones que aún no hubiesen nacido.

²⁶ Será preciso considerar a la escritura como el segundo invento que revolucionó la comunicación humana; la primera es sin duda el lenguaje hablado. Pese a que la escritura resultó ser una herramienta eficiente para el tratamiento de la información (almacenamiento y transmisión) la tradición oral se ha mantenido hasta nuestros días.

El surgimiento del lenguaje se capitalizó sobre cualquier otra forma de comunicación al permitirle al hombre comunicarse a través de un conjunto de signos hablados que más tarde logró materializar mediante la invención de la escritura.

La llegada de la imprenta en el siglo XV logró darle a la comunicación un mayor impulso al hacer accesible el conocimiento a una población más extensa. Quinientos años después de la invención de la imprenta, el periodo de la tipografía comenzó a competir con la electrónica a finales del siglo XIX lo que a su vez introdujo nuevos modelos en la vida del hombre mediante la aceleración de pautas anteriores.

La sociedad industrial trajo consigo nuevas necesidades y complejidades como lo es la mayor movilidad en la población. El investigador francés Jacques Perriault²⁷ señala la función de las máquinas para comunicar de compensar ese desequilibrio presente en la sociedad: “si la sociedad se mueve en un sentido, donde hay demasiada soledad y colonos aislados, las máquinas para comunicar actuarán en el sentido inverso”.²⁸

El siglo XIX fue piedra angular para las políticas que en la actualidad día nos rigen. El dominio de la tecnología sobre las prácticas sociales dio un giro en el pensamiento social, aunado a filosofías como el positivismo y el funcionalismo que predominaron en países industriales como los Estados Unidos, y que propiciaron esa tendencia, alentada por los gobiernos, de invertir en innovaciones técnicas.

Medios de transporte como el ferrocarril lograron conectar a las crecientes ciudades industriales donde se concentra la investigación y el desarrollo de tecnologías, y a partir de la segunda mitad del siglo XX el crecimiento en cuanto a las redes de comunicación es mayor. El proceso globalizador ha permitido una

²⁷ Jacques Perriault es experto en las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, en especial de su uso en la sociedad.

²⁸ Jacques Perriault, *Las máquinas de comunicar y su utilización lógica*, Barcelona, Gedisa, 1991, p. 59.

amplia interconexión entre las personas lo que exige mejores instrumentos comunicativos que aceleren el flujo de la información.

Una vez superadas las etapas de industrialización y el reordenamiento del mundo que vino tras las guerras mundiales en la primera mitad del siglo XX, las investigaciones científicas en la década de 1960 fueron orientadas hacia el mejoramiento de las herramientas de la comunicación para permitir una ampliación en el volumen de la información, así como una rápida y eficaz transmisión fue fundamental.

El desarrollo de estas tecnologías fue de la mano con la incorporación de la tecnología de la informática a los sistemas de comunicación existentes para una mayor especialización de los mensajes y mejoramiento de la interacción entre los participantes de la comunicación.

El esfuerzo de estas investigaciones comenzó a dar frutos en los años 1970, pero es una década después cuando estas tecnologías “como soporte del archivo, de la comunicación y de la representación”²⁹ llegan al ámbito doméstico, aunado al desarrollo de la microelectrónica.

El video —primero análogo y después digital— entra la gama de innovaciones tecnológicas de la comunicación que poco a poco fueron incorporadas a las prácticas culturales como artículos de consumo para la sociedad.

En la llamada *Sociedad de la Información y del Conocimiento* (SIC)³⁰ cualquier implemento tecnológico se articula con los procesos comunicativos en todos sus niveles lo que incrementa la mediatización tecnológica en la interacción entre personas.

²⁹ Gianfranco Bettetini, et al., *op.cit.*, p. 21.

³⁰ Autores como Manuel Castells lo llaman la *Sociedad Red* por la inmensa red de comunicación que se extiende en el mundo a través de las tecnologías de la información como es el Internet. La SIC es considerada como la Tercera Revolución Industrial con un uso preponderante de las tecnologías en aspectos de la vida cotidiana.

En las últimas cuatro décadas las TIC han buscado establecer una “imitación de la interacción (interacción directa entre emisor y receptor) por parte de un sistema mecánico o electrónico que contemple como su objetivo principal o colateral también la función de comunicación con un usuario o varios”.³¹

En teoría, la aparición y apropiación de las TIC dentro del marco de la tercera revolución industrial, permite el desarrollo de una sociedad donde el acceso al conocimiento es más amplio, con la capacidad de “identificar, producir, tratar, difundir y utilizar la información con vistas a crear y aplicar los conocimientos necesarios para el desarrollo humano”.³²

Las innovaciones tecnológicas de la comunicación suponen un mejoramiento en la vida humana a partir de un mayor almacenamiento de la información, así como de una rapidez en su transmisión, aunque esto dependerá en gran medida de la apropiación que cada grupo humano haga de ellas, así como la participación de sus miembros dentro del proceso.

La apropiación de las TIC invierte roles, y crea nuevas formas de interacción al superar los caracteres de la comunicación unidireccional de los medios tradicionales a partir de tecnologías más personalizadas³³ en las que hay una participación de todos los agentes del proceso comunicativo.

La tecnología del video refleja esa naturaleza de medio democrático y personalizado, producto de una evolución de más de 50 años desde su nacimiento en un medio masivo como la televisión hasta su apropiación de grupos específicos de la sociedad como herramienta de comunicación.

Para entender al video es importante revisar las tecnologías que le antecedieron. El cine, el teléfono, la radio y la televisión fueron el punto de partida para este acelerado crecimiento en el ámbito de la comunicación en el siglo XX, y

³¹ *Ibíd.* p. 17.

³² *Ibíd.* p. 29.

³³ Un aspecto que trataremos más adelante es el de la reducción de costos en algunas tecnologías que las hacen cada vez más accesibles a grupos sociales ajenos a los medios tradicionales.

de los cuales el video heredó ciertas características, aunque la apropiación que se le dio a este instrumento marcó la diferencia frente a sus antecesores.

1.2.2. Revisión de tecnologías

Es importante destacar que el desarrollo de los medios de comunicación en la historia del hombre llega a un punto álgido a lo largo del siglo XX. Previamente, los esfuerzos de la sociedad industrial por invertir en cuestiones técnicas comenzaron a prosperar y el ámbito de la comunicación se vio beneficiado.

Los medios por los cuales el hombre se ha valido para comunicarse han variado de características de acuerdo al nivel de exigencia de sus necesidades en cada época de la historia. Desde fuentes físicas inmediatas hasta la creación de redes informáticas más extensas que la circunferencia del planeta Tierra; hemos visto como el hombre ha sabido adaptar y mejorar la forma de comunicación a través del tiempo.

El hombre ha desarrollado sistemas para llevar la información a grandes distancias; para almacenarla con el fin de ser consultada cuando sea requerida; además de la implantación de sistemas que pretenden igualar funciones que el cuerpo humano realiza para comunicarse.

La llegada de la electricidad aceleró la evolución de los medios de comunicación hasta trastocar la manera cómo las personas concebían el mundo. Previo a este acontecimiento, los progresos logrados en la prensa, el invento de la fotografía y el desarrollo del cine adelantaban este objetivo tan anhelado que fue la masificación de la información.

Otros medios como el teléfono y el telégrafo hicieron su aparición. Distintas regiones del mundo lograron estar conectadas e informadas en un tiempo muy

corto, lo que marcó el inicio de la denominada, *Galaxia Marconi*, en alusión a McLuhan y su conocida *Galaxia Gutenberg*.³⁴

Los medios de comunicación de masas marcaron el devenir de la sociedad del siglo XX, por su instantaneidad, ubicuidad y alcance, aunque con un carácter unidireccional en el acto comunicativo. Para efectos de esta investigación, estos medios son tradicionales por haber abierto paso al desarrollo de las TIC que nacieron en la segunda mitad de la pasada centuria, y que aun subsisten y forman parte del diario acontecer de una sociedad como es la televisión y la radio.

1.2.2.1. Medios tradicionales

La entrada de la era eléctrica en el siglo XX dio un giro en las tres premisas de la comunicación humana: representar, informar y construir conocimiento.

Desde la invención de la escritura, no había habido otra aportación al intercambio de mensajes diferidos en tiempo y espacio: la electricidad logró ese objetivo al permitir la creación de medios con una gran capacidad difusiva, es decir, que de un punto de emisión se llegue a un número considerable de receptores.

Los medios de comunicación masiva hicieron acto de presencia y dominaron por completo el horizonte de las tecnologías de la comunicación. Sin embargo, la forma de transmisión por parte de estos instrumentos sólo permite una comunicación unidireccional; sin tener conocimiento de quién es el público que recibe la información ni su procedencia social y cultural, la interacción presente en estos medios que aquí llamamos tradicionales será únicamente simbólica.

³⁴ *Ibíd.* p. 28.

La interacción directa entre individuos puede compararse con el proceso presente en estos medios tradicionales por el factor de la reactividad, o la capacidad de suscitar reacciones en los espectadores, un tipo de influencia recíproca que no es precisamente un intercambio comunicativo al no existir una participación igualitaria entre los participantes.³⁵

El alcance de estos medios fue tal que en un principio se creyó que a través de ellos se tenía la capacidad de moldear la opinión como mejor le pareciera al emisor. Este supuesto confirma el carácter unidireccional de los medios tradicionales, en el que el emisor era el que tenía una mayor participación frente a un receptor pasivo.

El cine y la televisión son dos medios tradicionales desarrollados para el tratamiento y difusión de la imagen, antecedentes del video que es el objeto de estudio que nos atañe en esta investigación.³⁶

En el caso del cine es el medio audiovisual más tradicional, definido como un sistema de captación óptico-mecánico de imágenes en movimiento que tiene como antecedente a la fotografía. A finales del siglo XIX las personas podían entretenerse, incluso asustarse y sorprenderse con imágenes en movimiento de regiones lejanas del mundo o de historias de ficción.

La llegada al mercado doméstico del formato de cine de 8 mm en la década de 1930 supuso un primer paso para la democratización de los medios de comunicación, sin embargo esta solo fue accesible para clases sociales económicamente acomodada.

³⁵ Gianfranco Bettetini, etal. *op.cit.* p. 153.

³⁶ Marshal McLuhan hace una distinción de estos medios entre cálidos y fríos dependiendo del nivel de intensidad con que los mensajes son percibidos por el público. En el caso del cine es un medio cálido porque hay una mayor predisposición por parte del auditorio, acapara mejor la atención, con una gran pantalla que absorbe el interés del espectador; en cambio la televisión y el video son fríos por las características de pantalla pequeña y elemento domestico a cuya visión no siempre se presta una atención completa exclusiva puesto que se compatibiliza con los problemas y movimientos propios del entorno familiar, una característica que analizaremos más adelante. Cfr. José Martínez Abadía, *Introducción a la tecnología audiovisual Televisión, video, radio*, Barcelona, Paidós, 1988, p. 158.

La televisión hace su aparición en la época dorada del cine. En un principio, el llamado séptimo arte fue modelo para la televisión en cuanto a su realización, hasta que conforme fue madurando, encontró su dinámica propia en cuanto a aspectos técnicos como el manejo de planos de acuerdo al tamaño de la pantalla, así como la iluminación.

Al igual que la radio, la televisión es una transmisión a través de ondas que viajan por el espectro electromagnético, lo que le permite llegar a los rincones más apartados y a un público mucho mayor, sin la necesidad de que éste comparta un mismo espacio físico. La innovación era la transmisión de imágenes y sonido a distancia.

La televisión tomó un papel preponderante entre los medios de comunicación masiva, en parte por su potencial de ampliar la comunicación audiovisual, pero el surgimiento de herramientas que trastocaron el modelo unidireccional de los medios tradicionales marcaron un cisma en el campo de las tecnologías de la comunicación.

1.2.2.2. Los nuevos medios

Las tecnologías implementadas en la segunda mitad del siglo XX nos hablan de una búsqueda de innovaciones que permitan una comunicación de carácter igualitario entre los participantes del proceso, es decir, de forma abierta y bidireccional, completamente distinto a lo que se había experimentado con los medios tradicionales.

Dentro de esta investigación, las TIC han sido denominadas nuevos medios en comparación con los medios tradicionales arriba citados, resultado de una evolución, de tendencias e investigaciones, la mayoría iniciadas en la década de 1960 que impulsaron la fusión con la tecnología de la informática. La forma de

transmisión de la señal cambió de su tradicional modelo analógico al binario o digital, lo que permitió la difusión de varias señales por un mismo canal.³⁷

La multimedialidad es una realidad con los llamados nuevos medios puesto que es posible separar la información de su soporte original y procesarlo en uno solo.

Entre las nuevas tecnologías que revolucionaron la comunicación en la segunda mitad del siglo XX podemos citar el video, la telefonía celular, el Internet, los microprocesadores, así como la televisión digital.

Al igual que los medios tradicionales, estas TIC permiten una comunicación diferida en el tiempo y en el espacio, aunque son instrumentos que imitan a un mayor grado la comunicación cara a cara, lo cual se traduce en la denominada *interactividad*³⁸ donde un sistema mecánico logra establecer una comunicación con el usuario a través de una interfaz, aspecto que la televisión o la radio no comparten, puesto que son de carácter unidireccional.

Los nuevos medios de comunicación admiten las exigencias del usuario y logran satisfacerlas. Los aspectos de la comunicación interpersonal cara a cara se reproducen y existe una retroalimentación, una forma abierta que permite la bidireccionalidad de la información. Los nuevos medios son prácticamente de uso personalizado.

En la transición entre medios tradicionales y nuevos medios, el video hace su aparición. Tras su independencia de la televisión con equipos portátiles y de fácil manejo permitieron ubicar esta tecnología como sistema de uso personal.

³⁷ Algunos investigadores de la comunicación hablan de “Nuevas Tecnologías de la Información y la comunicación”, asociando esta fuerte interrelación que en la segunda mitad del siglo XX ha culminado entre la computación y la telecomunicación. Sin embargo, este término de “Nuevas” puede prestarse a confusión puesto que muchas de esas tecnologías no son de creación reciente y que estas también se mezclan con tecnologías anteriores como la electrónica y la mecánica., por lo que para esta investigación serán referidas como Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC).

³⁸ Gianfranco Bettetini, et al, *op.cit.*, p. 17.

La tecnología del video permitió la introducción de cambios sustanciales en la relación emisor-receptor, puesto que además de hacerse de participantes más activos en comparación con el receptor pasivo de la televisión, abrió las puertas a nuevas formas de comunicación que en el siguiente capítulo serán analizadas a partir de la naturaleza de esta herramienta tecnológica.

CAPÍTULO 2. EL VIDEO

2.1. Definición de la herramienta

La introducción del video como tecnología de la comunicación se ubica en un contexto en el cual la imagen juega un papel fundamental. Pese a que el hombre utiliza sus cinco sentidos para comunicarse, la mayor parte de la información que recibe de su entorno llega a través de la vista.³⁹

Una de las funciones de la comunicación es la representación de la realidad en el la experiencia visual ocupa un lugar privilegiado. A lo largo de la historia el hombre ha creado simulacros perfectibles de la naturaleza, al valerse de diversos medios como ha sido el arte, con el fin de hacer presente el objeto o referente al cual se busca advertir al interlocutor.

La imagen, soporte de la comunicación visual, forma parte de este mundo simbólico en el que se mueve el hombre en su intento por materializar un fragmento del universo perceptivo, y como todo tipo de comunicación humana se busca dar (mediante el lenguaje icónico) significado, y al mismo tiempo influir en el entorno y los sujetos.

Emilia Ávila describe en su libro *El video en México* como “casi obsesional” esa búsqueda constante de registrar, representar perfectamente la realidad humana, patente en la evolución de las mismas innovaciones tecnológicas para este fin, “ya sea con las técnicas tradicionales de la perspectiva a proyección

³⁹ De acuerdo con los datos proporcionados por Ramón Carmona en su libro *Cómo se comenta un texto fílmico*, más del 94% de la información que recibe el hombre entra a través de los sentidos de la vista y el oído. De ese porcentaje, el 80% proviene exclusivamente de la percepción visual. Cfr. Ramón Carmona, *Cómo se comenta un texto fílmico*, Madrid, Cátedra, 1991, p. 14.

central o la profundidad de campo de la pintura y la fotografía, sea con la ilusión de movimiento del cine, la televisión y el video".⁴⁰

En el seno de las sociedades industriales comenzaron a desarrollarse instrumentos que permitieron la representación de la realidad con mayor fidelidad como fue la invención de la fotografía cuya aplicación revolucionó la manera de producir y difundir imágenes.

La universalidad que lleva la información visual dentro del proceso comunicativo resulta una ventaja en cuanto a la representación e interpretación de la realidad se refiere, sin necesidad de una sintaxis.⁴¹

El *Homo Videns*, como llama Giovanni Sartori a los seres que han crecido en esta nueva etapa de la electrónica gráfica, latente en la civilización de la imagen, abre paso a un cambio con respecto a la comunicación simbólica. Para este autor, la acción de ver no implica un esfuerzo sustancial como ocurre con el lenguaje.⁴²

No obstante, la comunicación visual generada a través de una tecnología mantiene la complejidad de la comunicación humana al valerse de signos y significaciones que se le dan a las imágenes.

La fotografía, el cine, el dibujo, incluso la televisión y el video, como medios visuales, se valen de los signos icónicos para representar la realidad, y este proceso se entrelaza con las cuestiones técnicas del instrumento a utilizar.

La popularidad que ganaron la fotografía y el cine abrió camino a la comunicación visual para tomar un lugar privilegiado sobre el habla. Esto lo podemos constatar en el hecho del peso que tiene lo visual en la cultura occidental en donde *ver es creer*.

⁴⁰ Emilio Ávila, *El Video en México*, México, SEP-CETE-Grupo Editorial Interlínea, 1995, p.44.

⁴¹ Marshal McLuhan utiliza el término "sintaxis" con respecto a la linealidad con la cual se venía acostumbrado la sociedad, propia de la escritura; la lectura en un medio visual no tiene un orden en específico puesto que todos los signos icónicos yacen esparcidos sobre la imagen.

⁴² Giovanni Sartori, *op.cit.*, p. 34.

De este modo se configura lo que Román Gubern denomina la “Galaxia Lumiere” —en referencia a los inventores del cinematógrafo, los hermanos Louis y Auguste Lumiere— cuyo poder se vio atenuado con la llegada de la electricidad para dar origen a la “Galaxia Marconi” donde una variedad de innovaciones como la televisión permitieron la producción y difusión de las imágenes a través del ondas electromagnética⁴³.

El video, fruto de la “Galaxia Marconi”, se define como un sistema de almacenamiento de imágenes en movimiento, que en un principio, se valió de procedimientos magnéticos para realizar el registro de imágenes y sonidos.⁴⁴

Al igual que el cine y la televisión, el video posee un alto grado de iconocidad con respecto a la realidad que representa, aunque su capacidad de grabar, borrar y volver a grabar, además de la inmediatez para la obtención de la imagen y su reproducción ilimitada, la convierten en una herramienta práctica para la comunicación.

Algunos grupos sociales, así como movimientos políticos y artísticos, han aprovechado la naturaleza alternativa y la portabilidad del video para expresarse. De ser un recurso técnico para un medio tradicional como lo es la televisión, el video llegó a ser un modelo de producción “artesanal” de mensajes, resultado de un largo proceso evolutivo que respondió a cuestiones tecnológicas, sociales y hasta económicas.⁴⁵

La familia es otro grupo social que desde la llegada de las primeras grabadoras caseras se ha valido de la capacidad narrativa del video para poder

⁴³ Román Gubern, *El eros electrónico*, México, Ed. Taurus, 2000, p. 34.

⁴⁴ En sus orígenes, el video utilizaba una cinta de cloruro de poli vinil o poliéster con una emulsión magnética, formada por pequeñas partículas de cristal de óxido de hierro o de dióxido de cromo. La función del video debe entenderse a partir de cuatro elementos básicos: el casete, la videgrabadora, la videocámara y el monitor por el cual es posible hacer visibles las imágenes. Actualmente el modo de registro de esta tecnología se mueve en el ámbito de lo digital que más adelante se explica.

⁴⁵ Manuel Calvello, “Video y Televisión: Dos instrumentos diferentes” en Mario Gutiérrez (Ed.), *Video, tecnología y comunicación popular*, Lima, Perú, Instituto para América Latina, Centro Internazionale Crocevia, 1989 p. 108.

contar su historia, además de servir de enlace entre cada uno de sus miembros, e integrarse a la llamada civilización de la imagen.

2.1.1 Televisión y video

Antes de que el video se convirtiera en un objeto de la esfera doméstica de la familia, esta tecnología sirvió como un soporte del medio televisivo. La apropiación del video en las formas de comunicación familiar constituye una de las etapas de desarrollo de esta herramienta.

La evolución del video se divide en cuatro fases: su nacimiento en la televisión, la creación de equipos portátiles, las grabadoras de video domésticas y la cámara de video con sus respectivos formatos, y la digitalización.

La primera — que denominaremos *Reel to reel*⁴⁶— refiere a su invención tras años de intensos trabajos científicos e inversión por parte de la gente dedicada a la televisión para crear un sistema de almacenamiento que hiciera posible el registro de imágenes.

La televisión como el video comparten principios científicos y técnicos como es el fenómeno fotoeléctrico en el que se basa la transmisión televisiva, donde las intensidades luminosas se transforman en variaciones de tensión que permiten el manejo y transporte de la señal.

La televisión realiza una emisión de imágenes en movimiento desde un sistema trasmisor (antenas o satélites) que radia la información modulada en ondas electromagnéticas dentro de un bando de frecuencias que permitan su

⁴⁶ De carrete a carrete o grabadora de carrete abierto que por el grosor de la cinta resultaban de un tamaño considerable. Esta grabadora tiene a su izquierda un carrete alimentador, mientras que a su derecha encontramos un carrete receptor. Lo anterior es un sistema que se hereda a las posteriores formatos de video sólo que con el videocasete la diferencia es que la cinta se encuentra contenida en un mismo espacio sin necesidad de transportarlo de un carrete a otro como se hiciera en la videograbadora Nagra.

captación y decodificación por receptores domésticos situados en el área de cobertura de dicho sistema trasmisor.⁴⁷

En el momento de la decodificación, el sistema televisivo se basa en el fenómeno de la persistencia de la visión en el cual el ojo no percibe el movimiento a gran velocidad de un punto brillante y solo distingue figuras completas.

La grabación videográfica consiste en la conversión de corrientes eléctricas variables procedentes de la cámara en campos magnéticos que afectan un material ferro magnético para dejar una huella que hace posible el proceso inverso (grabación-reproducción).

Cuando el registro de sonido mediante magnetófonos ya era una realidad, los intentos para grabar imágenes implicaban un proceso de mayor complejidad. Las transmisiones de televisión en la década de 1950 eran en vivo y se valían del recurso cinematográfico para registrar los programas, llamado *Old Film Plus Telecine System* o telecinado.

Es en la década de 1950 cuando la empresa Ampex fabricó el primer aparato capaz de grabar imágenes en una cinta magnética. El modelo se conoce como el VR-1000 con un tamaño de dos pulgadas de ancho y enorme velocidad de arrastre, y cuya utilización era exclusiva de las empresas televisivas.⁴⁸

Este *cordón umbilical* que une al video con la televisión permanece todavía en el hecho de que para su visualización es necesaria —la mayor de las veces— la mediación de la pantalla chica como canal de salida para las producciones de video, mientras la resolución del video va ligada a la televisiva con número de líneas y anchos de banda dependiendo de la cantidad de elementos a transmitir.

⁴⁷ José Martínez Abadía, *op.cit.* p. 43.

⁴⁸ Las investigaciones y experimentos que desembocaron en el video se remontan al año de 1927 cuando en Inglaterra J. L. Baird trabaja en el almacenamiento de los impulsos televisivos en un disco, mientras que B. Rtcheouloff proponía el uso de un soporte magnético. *Cfr.* Emilio Ávila *op.cit.* p. 21.

El video pasó a una nueva etapa con el desarrollo de equipos portátiles de video que Sony comercializó en la década de 1960 con un magnetoscopio en blanco de ½ pulgada de ancho, fue el primer paso para la independencia de esta tecnología de la televisión y abrirse a un mercado distinto.

La *portapack* de Sony marcó una tendencia por hacer del video más personalizado.⁴⁹ La evolución del video se vio beneficiada por la reducción del tamaño y peso de los aparatos, como el desarrollo del casete de video de ¾ de pulgada con la U-MATIC de Sony en 1972, la cual estaba destinada al rubro profesional y educativo.

Ese mismo año, la empresa Philips aterrizó en el mercado doméstico al poner a la venta el modelo N-1500, con una cinta de ½ pulgada, la primera generación de los llamados *video cassette recording* o VCR. Sin embargo, este sistema solo se popularizó en Europa.

La gran puesta a la esfera doméstica como un espacio para el consumo del video a nivel mundial llegó de la mano de Sony en 1976 con el formato de grabación Beta. El tamaño del casete era de ½ pulgadas, con la diferencia de la reducción de su velocidad y el aumento de su densidad para permitir más horas de grabación.

Al mismo tiempo que Beta de Sony impactó el mercado doméstico, la Japan Victor Company (JVC) se metió a la competencia con su formato *Video Home System* (VHS), lo que aceleró el consumo de aparatos de video caseros.⁵⁰

En la década de 1980, la videgrabadora formaba parte del paisaje de algunos hogares en el mundo. En un inicio, la apropiación de la tecnología del

⁴⁹ Roy Armes en su libro *On Video* destaca un “aspecto clave de una estrategia mercadotécnica” para entrar al ámbito doméstico con el lanzamiento del video casete y su respectiva reproductora casera. Además de Sony, otras compañías japonesas como Panasonic e Hitachi trabajaban sobre esa línea. Cfr. Roy Armes, *On video*, Londres, Routledge, 1988, p. 111.

⁵⁰ En un inicio el VHS ofrecía hasta cuatro horas de grabación y su velocidad de cinta era de 2.33 centímetros por segundo, lo que la puso ligeramente arriba de los casete Beta Cfr. Emilio Ávila, *op.cit.*, p. 28.

video en el ámbito doméstico se trató de un asunto de recepción en la que destacó la tendencia de los usuarios por escoger y grabar la programación de la televisión, así como el consumo de películas, mientras que la satisfacción de necesidades de autoexpresión estaban limitadas.

La integración de la videogradora con la cámara en la Betamovie dio un giro en la autonomía de este medio al favorecer las prácticas comunicativas de algunos grupos sociales, en especial el de la familia, al ofrecer la oportunidad de generar sus propios mensajes y reproducirlos en su propio espacio por medio de las videogradoras.

Dentro de esta faceta evolutiva del video predominan las grabaciones de momentos familiares, donde la fotografía comenzó a quedar desplazada como una herramienta práctica para construir y relatar la historia del grupo, lo que dio incluso origen a negocios dedicados a la videogración de eventos sociales.

La popularización del video fue en ascenso con la diversificación de sus formatos, desde el clásico carrete de dos pulgadas, a los casetes de una, $\frac{3}{4}$, $\frac{1}{2}$ y $\frac{1}{4}$ pulgada. El desarrollo de los soportes de registro de video se aceleró incluso con la producción de equipos de volumen y peso mínimo como el sistema V-8, con una cinta de 8 mm de ancho.⁵¹

Pero fue la entrada a la tecnología digital y la introducción de sistemas computarizados que facilitaron los trabajos de edición los que consolidaron la presencia del video en un ámbito no profesional. La conjunción de la informática con otras tecnologías de la comunicación ya existentes dio paso a nuevas formas de producción, que abarcan incluso a la realizada en la esfera doméstica.

⁵¹ En esta convergencia entre tecnologías de la comunicación con la informática es preciso apuntar la sustitución de los tubos de imagen utilizados en las primeras cámaras de video que tenían la misma función que los tubos catódicos de las televisiones primitivas, por sensores CCD, circuitos conformado por diminutas celdas fotoeléctricas y la carga eléctrica que generan permite la producción de la imagen que se registra en el soporte electromagnético.

Raymond Williams⁵² pronosticaba en los años 1970 que el desarrollo completo de la tecnología del video tomaría a lo mucho veinte años.⁵³ El proceso de digitalización que comenzó en la década de 1990 produjo un cambio en el uso de esta tecnología audiovisual.

La digitalización del video consiste básicamente en la cuantificación de la señal analógica para comprimirla y darle un mejor almacenamiento. El funcionamiento del sistema de video no cambió por completo puesto que sigue el mismo procedimiento de transferir las señales de luz y color a impulsos eléctricos. La señal análoga se traduce a un lenguaje binario en el que se comprime mediante la acción del *sampleo* y la *quantización*, es decir, un proceso en el que se identifican las señales de luminancia (luz) y crominancia (color) para después asignarles un valor binario.⁵⁴

La compañía Panasonic lanzó en 1996 el primer formato de video digital. La llegada de los formatos DV permitió el manejo de señales de video y audio en un mismo canal mediante la conexión de un cable de FireWire o USB. La captura en ordenadores personales amplió el uso doméstico del video.

Al inicio del siglo XXI, el consumo de los formatos DV fue en aumento. En este marco tecnológico se desarrollaron cámaras de alta definición que manejaran este tipo de casetes. Pero es por estos años que nuevos soportes de grabación comienzan a desplazar estas herramientas: el DVD, tarjetas de memorias, así como discos duros se integraron a los sistemas de video.⁵⁵

⁵² Raymond Williams (Gales, 1921- 1981), autor británico cuyos trabajos se abocaron al estudio de la cultura, incluyendo el fenómeno de la comunicación y los medios en la sociedad.

⁵³ Raymond Williams, *op.cit.*, p. 152.

⁵⁴ Este procedimiento consiste en tomar muestras de luminancia, crominancia roja y crominancia azul. Para equipos profesionales se utilizan cuatro de cada una, es decir, se parte de un esquema 4:4:4 y que se encuentran en equipos como el D1 y D5 de Sony. Mientras que para equipos caseros se sigue un muestreo de 4:1:1 debido a la capacidad de los casetes como los miniDV. Cfr. José Carlos Barceló, *El video digital: hacia una democratización del medio*, México, UNAM-FES Acatlán, 2009, p. 25.

⁵⁵ El desarrollo del disco de video tiene su antecedente, como ya se citaba en párrafos anteriores, la invención del almacenamiento de impulsos televisivos en un disco de 78 rpm parecido al del audio, pero por cuestiones de espacio la idea no prosperó, y fue hasta la era de la digitalización de

La fusión de la tecnología de la informática con los medios tradicionales de comunicación produjo lo que conocemos como la multimedia. El video forma parte de un “sistema inteligente, dotado, integrado y con acceso común a aparatos reproductores de sonido, receptores de radio y televisión, computadoras personales, correo electrónico, teléfono, fax, respondedoras automáticas y a través de canales convencionales o digitalizados que provienen de distintas fuentes informativas”.⁵⁶

El concepto del video salió por completo de sus antiguos soportes electromagnéticos, lo que hizo de su uso más accesible para todas las clases sociales. Hoy por hoy, la telefonía celular lleva integrada sistemas de registro de video, mientras que el Internet se ha convertido en el medio de distribución más importante de contenidos de video.

En los años 1990, el lanzamiento de *Quick Time* como reproductor de multimedia en computadoras personales, y poco después el *Real Player*, daban la primera advertencia de la revolución que vendría en el desarrollo del video, cuyo uso se generalizó entre la población, precisamente por estos cambios en el equipamiento y los bajos costos.

La computadora y la telefonía celular, dos tecnologías cuya apropiación en el ámbito del hogar se encontraba en un proceso más avanzado, en un inicio dieron un mayor impulso al video en esta etapa de la multimedia, y un segundo aire al video doméstico dentro de su producción y reproducción.

La invención de la primera cámara fotográfica integrada a un teléfono celular en 1997, por parte del francés Philippe Kahn, abrió paso para una mayor instantaneidad de la imagen producida en equipos de uso doméstico. Fue en 2003 que salió al mercado el J-SH04 de Sharp.

la tecnología que fue posible desarrollar un disco que comprimiera la información y su lectura fuera a partir del rayo láser mediante la refracción. En sus orígenes, el disco de video digital solo permitía la reproducción o lectura del video más no la grabación sobre el mismo soporte lo que en un principio le restó popularidad y tuvo que guardarse por unos años más. Hoy en día, el sistema de DVD permite grabar lo que es posible ver en las nuevas videocámaras.

⁵⁶ Emilio Ávila, *op.cit.* p. 50.

“La cámara del teléfono ayuda a conectar a las personas alrededor del mundo, más que personas que comparten el mismo camión (..) crea una conexión amplia que de hecho es grandiosa”, dijo Kahn en una entrevista radiofónica con motivo de los 10 años de su invención.⁵⁷

En la actualidad existen teléfonos inteligentes que pueden grabar video en Alta Definición, y hasta en 3D, los cuales continúan con el registro de imágenes del acontecer diario de las personas.

Con el lanzamiento de YouTube en 2005, el Internet se convirtió en la plataforma principal para la difusión de estos videos caseros para un público más amplio, y un medio más eficiente para la comunicación familiar a través de la tecnología del video, con una diversidad de usos a los que fue sometida.

⁵⁷ *Father of the camera phone*, (en línea)
http://weekendamerica.publicradio.org/programs/2007/01/06/father_of_the_camera.html (Consulta: 14 de febrero de 2014)

Cuadro 1

Evolución de sistemas de grabación de video

Formato	Características
VR-1000	Utilizada solo por las empresas de televisión, este sistema de grabación utilizaba una cinta de dos pulgadas que iba de un carrete a otro.
Portapack de Sony	La reducción del formato hace más portátil la videogradora acompañada de una cámara de video . El tamaño de la cinta es de ½ pulgada.
U-MATIC	El sistema de carrete desaparece con el formato de casete con una cinta de ¾ de pulgada destinada al mercado profesional y educativo.
Beta	La popularización del video en el ámbito casero llega con este videocasete de ½ pulgada que redujo velocidad y aumentó su densidad para lograr más horas de grabación.
VHS	El formato de JVC era del mismo tamaño que el Beta aunque ofrecía mayores horas de grabación.
Betamovie	Sony integra la videogradora Beta con una cámara para uso doméstico.
V-8	La cinta tiene un tamaño de 8 mm de ancho y 250 líneas de resolución; un equipo de peso mínimo que integraba la grabadora y la cámara.
DV	Introducidos por Panasonic con una cinta de ¼ de pulgada, la señal analógica es comprimida a partir del <i>sampleo</i> y la <i>quantización</i> . Audio y video se manejan en un mismo canal.
DVD	La digitalización del video trajo consigo el desarrollo de soportes distintos a la cinta magnética. El disco de video permitió mayor almacenamiento
Tarjetas de memoria	Derivado de la tecnología de la computación, las tarjetas son chips que almacenan gran cantidad de información en equipos portátiles como cámaras de video digital o teléfonos celulares.



Fig. 1

De la primer videograbadora fabricada por la compañía AMPEX en la década de 1950 hasta la aparición de las portapack de Sony en los años sesenta las diferencias son muy marcadas



Fig. 2

La compañía japonesa SONY ha destacado en la industria del video, enfocado al uso doméstico. Primero con la U-MATIC (1972) y posteriormente con el Betamax (1975), hasta el desarrollo de la Betacam (1981) que integraba cámara con videograbadora. Por su parte la JVC hace competencia con el VHS (1976)



Fig. 3
La entrada de la tecnología del video a la era digital lo marca los formatos DV desarrollados por la compañía Panasonic a mediados de la década de 1990.



Fig. 4
En la actualidad los formatos de video digital se han diversificado e incluso la tecnología del video se ha integrado a otros aparatos como es el teléfono celular desplazando a el videocasete como recurso para capturar imágenes en movimiento.

2.1.2. Los géneros del video

A lo largo de más de 40 años, el video casero o familiar se ha consolidado como una variante de las aplicaciones que esta herramienta audiovisual ha tenido dentro de la sociedad, con un lenguaje y una identidad propia.

Desde la difusión de movimientos sociales, auxiliar en el rubro de la educación, así como herramienta para artistas visuales, entre otras categorías, alrededor de la tecnología del video se han configurado una variedad de géneros.

Para desglosar ampliamente las aplicaciones que tiene el video en la sociedad hemos retomado la clasificación realizada por Mariano Cebrián Herreros en *Información Audiovisual: concepto, técnica, expresión y aplicaciones*, dado que es, a mi parecer, completa e incluye el uso doméstico en esta diversificación en las que podemos ubicar al video.⁵⁸

Dentro de las distintas modalidades en las que es posible encontrar el uso de la tecnología del video tenemos:

- *El video como soporte de difusión de películas.* A finales de la década de 1970, con las modificaciones tecnológicas descritas de esa época, se presenta una tendencia por consumir películas grabadas en video. Esta práctica fue el primer acercamiento del video con el ambiente doméstico.⁵⁹ A partir de la introducción de las videograbadoras domésticas, fue posible grabar programas de televisión e incluso productos cinematográficos. En algunos trabajos sobre el ámbito del video casero

⁵⁸ Mariano Cebrián Herreros, *Información Audiovisual: concepto, técnica, expresión y aplicaciones*, España, Síntesis, 1998, p. 252-253.

⁵⁹ El aspecto comercial del video se da simultáneamente con la producción del video experimental, la cual no entra en el objetivo de estudio de esta investigación, la cual es la producción de video como forma de expresión dentro de un núcleo social como lo es el familiar.

suele confundirse el concepto de video doméstico con este negocio de renta o venta de *video homes*.⁶⁰

- *Video artístico*. Los primeros en experimentar con el video fueron los artistas plásticos quienes veían en esta tecnología un potencial expresivo. En este rubro también es posible encontrar sub-géneros como son el “video mono canal, performance y videoinstalación”.

- *Video musical*. El video como una extensión del medio auditivo. Al igual que en el videoarte, se intenta aprovechar al máximo la capacidad expresiva del video para conjuntarla con los distintos géneros musical. Los videoclips se perfilaron en la década de 1980 como una estrategia eficaz en la promoción mercantil de grupos musicales, además de permitir el registro y recreación video gráfica de conciertos, óperas, danza, música ligera.

- *Video narrativo*. También ligado con los videos de carácter artísticos, en el que se busca experimentar con formas narrativas distintas a las de la televisión y el cine.

- *Video documental*. Los programas de video reflejan en general, más y mejor la realidad o informan sobre partes del acontecer cotidiano que no son vistas en otros medios. En este tipo de videos, pequeños grupos satisfacen sus necesidades de autoexpresión como las organizaciones políticas que buscan mantener vivas sus experiencias e ideales en la memoria colectiva.

- *Video educativo*. De todos los géneros aquí expuestos, es el que mayor potencial en el uso social tiene, puesto que el video se convierte en el medio idóneo para transmitir conocimientos al permitir una variedad de estrategias didácticas en los distintos niveles de educación que existen, además de fortalecer el proceso de enseñanza-aprendizaje.⁶¹ Cebrián

⁶⁰ En inglés se manejan los términos *home video*, referente al video que se produce en el hogar o video casero, y el *video home*, que corresponde a la transferencia de trabajos cinematográficos a videocintas de consumo doméstico. En este rubro surge un negocio en el que se recrean breves historias con el fin de entretener y destinadas a este sector del mercado.

⁶¹ La Universidad Nacional Autónoma de México, fue de las pioneras en México en la utilización del video como herramienta de reforzamiento de los conocimientos impartidos en las aulas.

Herreros ubica al video como un instrumento de producción, creatividad y desarrollo de la capacidad comunicativa y de un conjunto de habilidades y destrezas que dinamiza la imaginación de los alumnos y fomenta una pedagogía activa y participativa,⁶² además de servir de herramienta de almacenamiento de trabajos académicos que podrían servir a generaciones posteriores.

- *Video empresarial.* En una estrategia que permita mostrar tanto al interior como al exterior la imagen de una institución, el video proyecta sus objetivos y cultura, y además, de la mano con el aspecto educativo, busca la capacitación de sus miembros, directivos y trabajadores, con el fin de mantener una buena relación grupal. Las características presentes en este rubro son similares a la dinámica propia del video familiar.

- *Video publicitario.* Las diversas posibilidades de tratamiento informático, así como de efectos especiales, y su bajo costo de producción, hacen al video más atractivo para el rubro de la publicidad.

- *Video científico y técnico.* Al igual que el video educativo, cumple la función de facilitar la observación, experimentación y seguimiento en procesos de investigación científica.

- *Video informativo.* Comparte el mismo potencial del video documental de reflejar más y mejor el acontecer social.

Por último, Cebrián menciona el género vinculado con el *video familiar y social*. En este rubro que nace hace más de cuatro décadas atrás con la introducción de las videograbadoras dirigidas al mercado doméstico, un nuevo mercado no profesional hizo suyo esta innovación tecnológica en la comunicación audiovisual con el fin de satisfacer sus necesidades de autoexpresión.

Fuera del ámbito educativo, musical y artístico, el video casero ya no solo se refiere a una herramienta para guardar productos televisivos, ni a la construcción de lenguajes fílmicos a bajo costo, sino que se erige como un

⁶² Mariano Cebrián, *op.cit.*, p. 253.

proceso interactivo de construcción de mensajes entre los miembros que conforman una esfera doméstica.

La apropiación de la tecnología del video en las formas de comunicación familiar —acelerada por el cambio de estrategias de mercado dirigidas al consumo doméstico como la reducción de costos y tamaños— hizo evidentes necesidades propias del grupo como es la conformación de una memoria, de integración, además de la comunicación de las emociones, entre otras.

Estos factores influyeron en una diversificación de subgéneros dentro del mismo video doméstico, aunque no existe una clasificación propia de estos, es posible destacar algunas modalidades que mantienen un carácter lúdico y de esparcimiento:

- *Eventos sociales/familiares*: Este uso tiene como fin preservar momentos familiares tales como fiestas, días de campo, graduaciones, bodas, nacimientos, entre otros eventos que pueden ser registrados a través de la lente de la cámara e incrementar la historia familiar⁶³ (Ver Fig. 5).
- *Testimoniales*. La convergencia de tecnologías y la digitalización, incluso la miniaturización de las herramientas ha permitido que usuarios de la tecnología del video pueden ser partícipes de algún suceso en su comunidad. Un incendio, un asalto, la llegada de una celebridad, una persona en estado de ebriedad que se cae en la calle o un maniaco que dispara a la gente en la estación del metro, son parte de las imágenes en movimiento tomadas en gran parte con teléfonos celulares⁶⁴ (Fig. 6).

⁶³ Alrededor de esta modalidad del video casero se ha creado un amplio negocio en el que se video-graban y post-producen de manera “profesional” los eventos familiares.

⁶⁴ Conglomerados de noticias como es la estadounidense Cable News Network (CNN) invitan a sus usuarios a compartir su experiencia en eventos noticiosos como un huracán o atentados terroristas. En su sitio web, CNN señala que este tipo de dinámicas permiten a sus usuarios “sentirse parte de la comunidad global”. Cfr. *About CNNiReport*, Dirección URL: <http://ireport.cnn.com/about.jspa> (Consulta: 01 de septiembre de 2013)

- *Comunicación.* La tecnología del video ha llegado a un punto en que la comunicación cara a cara a distancia es posible. Primero con el desarrollo de teléfonos con video-cámara integrada⁶⁵ y actualmente, con la entrada del Internet mediante *web-cams* y las conversaciones con video llamadas *hang-outs*, se abrieron nuevas posibilidades para que las familias encontraran una nueva manera de comunicarse al igualar hasta cierto punto la comunicación interpersonal directa.

- *Ficción.* La accesibilidad en la producción, al igual que en la distribución del video a través del Internet, permite a videoastas aficionados realizar historias a partir de equipos de videos muy básicos, incluso con actores amateurs o simplemente en tono de broma. Dentro de este ámbito, es posible ubicar la creación de imágenes sintéticas que incluso crean una realidad nueva (Fig. 7).

- *Pornografía.* Si bien, gran parte de la industria pornográfica se realiza en formatos de muy baja calidad, hay un considerable uso del video en el que las personas se graban teniendo relaciones con el fin de encontrar placer al grabarse y verse una y otra vez en una sesión de sexo. Aunque no existe una cifra exacta sobre esta práctica dentro del uso doméstico del video, hay páginas como Xtube.com en el que los usuarios pueden cargar sus propias grabaciones pornográficas. El *cam to cam* o cibersexo es otro uso pornográfico del video donde la gente desde su computadora en casa se desnuda y masturban frente a la cámara mientras otros los observan desde otro puerto o hacen lo mismo con su cámara. La mayor de las veces, dentro de ese género sólo existe un flujo continuo de información visual que no queda registrado (Fig. 8).

En cada uno de estos subgéneros del video casero está presente el acto comunicativo y las respectivas funciones de la comunicación: referencial, interpersonal, de autorregulación, y coordinación de secuencias interactivas.

⁶⁵ Explica Roman Gubern que la carencia visual del teléfono hizo que desde los años treinta se comenzara a experimentar con el video-teléfono. Cfr. Román Gubern, *op.cit.*, p. 140.

Las cinco categorías implica una interacción entre dos o más personas con el hecho de que las imágenes grabadas se comparten con otras personas o se tiene la intención de que sean vistos por otros. Manejan una información audiovisual en la que se refieren ya sea a un evento familiar, un acontecimiento social, o una relación sexual. Por último, el contexto en el que se realizan es dentro de la esfera de lo doméstico por lo que le imprimen un estilo y rutina a las conversaciones por video, así como en sus grabaciones.

La apropiación de la tecnología de video en formas de interacción en la sociedad nos refiere a un predominio de la comunicación audiovisual que a continuación explicaremos con más detalle.

EVENTOS SOCIALES/FAMILIARES

The screenshot shows a YouTube video player for the video 'VIAJE AL TIEMPO' by the channel 'luchobeto10'. The video title is 'UN DÍA ESPECIAL' with a timestamp of 'JAN 9.02 AM 1:00:43'. The video player shows a young girl smiling and waving. The video has 161 reproducciones. The channel 'luchobeto10' is listed with a creation date of 17 de noviembre de 2008 and the name 'LA FAMILIA GUZMAN'. The URL is 'http://www.youtube.com/watch?v=SDOs8uCH_fs'. The video player includes a progress bar, volume control, and a 'Subir' button. Below the video player, there are options for 'Favoritos', 'Compartir', 'Listas de reproducción', and 'Marcar'. The 'Compartir' section shows options for 'hi5', 'Facebook', and 'MySpace'. The right sidebar shows 'Más de: luchobeto10' and 'Videos relacionados' with thumbnails for 'PATO ARAGON', 'MARATON ADIDAS 2009 LIMA. KM.30', 'MAYRA Y DANIELA JUGANDO XAXES', and 'CASA DE CARTON'.

Fig. 5 Fuente: http://www.youtube.com/watch?v=SDOs8uCH_fs

TESTIMONIALES

The screenshot shows a YouTube video player for the video 'Home Video of Ground Zero' by the channel 'tributes4wtc'. The video title is 'Home Video of Ground Zero'. The video player shows a view from a window looking out at a city skyline with a large plume of smoke or clouds. The video has 385305 reproducciones. The channel 'tributes4wtc' is listed with a creation date of 21 de enero de 2007. The video description is 'Esta es una respuesta en video a World Trade Center Attacks.' The URL is 'http://www.youtube.com/watch?v=AJPbDLq9uk'. The video player includes a progress bar, volume control, and a 'Subir' button. Below the video player, there are options for 'Favoritos', 'Compartir', 'Listas de reproducción', and 'Marcar'. The right sidebar shows 'Más de: tributes4wtc' and 'Videos relacionados' with thumbnails for '1966-2001 World Trade Center', '9/11: Total Proof That Bombs Were Planted In Th...', and 'Second plane crash a rare view from inside'.

Fig. 6 Fuente: <http://www.youtube.com/watch?v=AJPbDLq9uk&feature=related>

FICCIÓN

The screenshot shows a YouTube video player interface. At the top left is the YouTube logo and a search bar. Below it are navigation links: 'Inicio', 'Videos', and 'Canales'. On the top right, there are links for 'Crear cuenta o Acceder', 'Suscripciones', 'Historial', and 'Subir'. The video title is 'Los Cazafantasmas: Viaje en el tiempo la película 1/2'. The video player shows two men in ghostbuster costumes. Below the player, there are star ratings (all disabled), '442 reproducciones', and sharing options for 'Favoritos', 'Compartir', 'Listas de reproducción', and 'Marcar'. At the bottom of the player area, there are social media links for 'hi5', 'Facebook', and 'MySpace'. To the right of the video player is a sidebar with the channel name 'clanldb', a 'Suscribirse' button, the channel's creation date '28 de mayo de 2009', and a description: 'Tenemos el honor de presentaros el viaje de los cazafantasmas al pasado donde veremos a muchos personajes conocidos y viviran muchas aventuras. Los del video no somos nosotros. Son unos compañeros ...'. Below this are fields for 'URL' and 'Insertar'. Further down, there are sections for 'Más de: clanldb' and 'Videos relacionados', which lists three other videos with their titles and view counts.

Fig. 7 Fuente: http://www.youtube.com/watch?v=ik9jW_zXTUU

PORNOGRAFÍA

The screenshot shows a YouTube video player interface. At the top left is the YouTube logo and a search bar. Below it are navigation links: 'Inicio', 'Videos', and 'Canales'. On the top right, there are links for 'Salir', 'Suscripciones', 'Historial', and 'Subir'. A warning message reads 'Este vídeo puede no ser apto para menores.' The video title is 'Sexy Hot Teen Brunette Babe Girl Strip Tease Horny'. The video player shows a person's torso. Below the player, there are star ratings (all disabled), '1271674 reproducciones', and sharing options for 'Favoritos', 'Compartir', 'Listas de reproducción', and 'Marcar'. To the right of the video player is a sidebar with the channel name 'jhonym84', a 'Suscribirse' button, the channel's creation date '24 de junio de 2008', and a description: 'Sexy Hot Teen Brunette Babe Girl Strip Tease Horny'. Below this are fields for 'URL' and 'Insertar'. Further down, there are sections for 'Más de: jhonym84' and 'Videos relacionados', which lists three other videos with their titles and view counts.

Fig. 8 Fuente: <http://www.youtube.com/watch?v=m9pmbJwOOLk>

2.2 El video en el proceso de la comunicación

A través de la vista el hombre recibe un porcentaje mayor de la información que recibe del mundo, lo que hace de este sentido un elemento fundamental dentro del proceso comunicativo.

Román Gubern⁶⁶ define al hombre como un *animal visual* porque antes de ser un *homo loquax* (hombre que habla), la primera relación que establece con su entorno es a partir del medio visual.⁶⁷

Hubo factores que incidieron en esta rejerarquización de los sentidos en los que se incluye el desarrollo de un lenguaje articulado que desfavoreció “a los menos complejos y más emocionales a favor de los más complejos y con mayor potencialidad intelectual”,⁶⁸ por lo cual, la cuestión visual y auditiva ocupa un lugar importante.

Un medio que integra imágenes y sonidos como es el video lo convierte en una herramienta sofisticada para la interacción humana, aunque la intervención de recursos técnicos en la comunicación entre emisor y receptor transforma sustancialmente la experiencia audiovisual de cada uno.

El proceso comunicativo mediado con instrumentos beneficia solo a algunos de los sentido dominantes a diferencia de una forma natural en el que el hombre utiliza su cuerpo como medio de comunicación. La percepción directa de la

⁶⁶ Román Gubern (Barcelona, 1934) es uno de los intelectuales españoles de más prestigio. Investigador en Estados Unidos, catedrático de universidad, guionista, ensayista, director del Instituto Cervantes en Roma, autor de más de treinta libros y poseedor de galardones nacionales e internacionales, se le ha llamado "el Mac Luhan o el Eco español".

⁶⁷ *Ibíd.* p. 1.

⁶⁸ Román Gubern explica que dentro de los cinco sentidos que nos conforman estos se pueden dividir en dos categorías. La primera relacionada con las sensaciones primitivas en las que se incluye al olfato y al gusto, mientras que la vista y el oído entran en las sensaciones epicríticas, donde el lenguaje se convierte en un factor clave para el desarrollo de ambos sentidos. Cfr. Román Gubern, *La mirada opulenta: exploración de la iconosfera contemporánea*, Barcelona, G. Gili, 1987, p. 5.

realidad por parte del emisor y el receptor en la comunicación cara a cara es sustituida por una experiencia vicarial para el que recibe el mensaje cuando es intercalada por una tecnología.

*“La comunicación interpersonal cara a cara (...) es la que transmite la máxima información emocional, porque añade a la comunicación verbal (con su entonación, inflexiones de voz, sus pausas y su prosadía) el inmenso campo de estímulos de la comunicación no verbal: expresiones faciales, miradas, gestos, olores, etc. Las mediaciones técnicas de la comunicación reducen siempre tal riqueza de mensajes y matices”.*⁶⁹

El video rompe con el contacto físico característico de la comunicación cara a cara, lo que nulifica la acción de los demás sentidos, sin embargo, prolonga el acto comunicativo en el tiempo y en el espacio, lo que nos indica una separación del lugar del hecho con el lugar de recepción. La experiencia directa con la realidad se transforma con la capacidad de registro de esta herramienta tecnológica.

Lo que vemos es una representación de esa realidad a partir de la producción de imágenes icónicas propias de la comunicación visual, creadas por el *Homo Pictor* y, que además puede generar réplicas simbólicas de las escenas visuales del mundo o aquellas imágenes mentales presentes en la conciencia del hombre.⁷⁰

Al igual que el lenguaje, la producción icónica es una actividad exclusiva del hombre materializada a través de la técnica. Las ventajas que ofrece la comunicación visual a partir de las imágenes icónicas se ubican en su función

⁶⁹ Román Gubern, *El eros electrónico*, México, Ed. Taurus, 2000, p. 140.

⁷⁰ Román Gubern, *La mirada opulenta: exploración de la iconosfera contemporánea*, Barcelona, G. Gili, 1987, p. 46.

ostensiva, es decir, la capacidad de presentar o mostrar, a diferencia de las palabras que son más inductivas.⁷¹

La representación icónica se conceptualiza menos abstracta y más sensitiva. La potencialidad comunicativa que posee se aplica en la capacidad de los signos icónicos de estimular de la misma manera que lo haría el objeto representado, lo que genera un proceso similar al que se produce dentro del organismo humano al estar frente a una experiencia audiovisual natural.

Dentro del ámbito del video casero hay un mosaico de imágenes de eventos familiares los cuales son reproducidos una y otra vez con la finalidad de sentir como si se viviera de nuevo esa experiencia, aunque no se haya estado presente ahí.

El poder expresivo del video radica en esa característica dado que *“su naturaleza icónica ofrece una mayor aproximación a la realidad debido a la semejanza que establece el signo icónico entre la representación y el referente”*.⁷²

Pero esta complejidad del medio visual relacionada con el grado de iconicidad es reforzada por la ampliación del campo sensorial del hombre al incluir lo que la interacción natural descarta por no estar en el cuadro de visión al estar limitada en el espacio y el tiempo.

El video ofrece distintas imágenes en una sola toma, de las cuales el receptor puede elegir a cuál ponerle atención o descubrirlas en una reproducción posterior, además de unir la imagen con el sonido en una imitación casi perfecta del proceso natural que el hombre realiza frente a su entorno.⁷³

⁷¹ Recordemos que tanto las imágenes icónicas como lo relativo a la escritura son modalidades de la información que el hombre se vale dentro de la comunicación visual. Sin embargo, pese a pertenecer a la misma raíz una es más abstracta que otra. Los dos sistemas trabajan en esta relación con el objeto ausente pero es la imagen la que lo complementa a manera de simulacro.

⁷² Mariano Cebrián Herreros, *op.cit.* p. 74.

⁷³ Mariano Cebrián explica que la llegada del cine sonoro y posteriormente la transmisión televisiva en la primera mitad del siglo XX hicieron realidad la existencia de medios audiovisuales, puesto

La familia se vale de esos atributos del video para expresarse, al seleccionar y organizar la información que materializa a través de la tecnología con mensajes que a la vez estimulan al receptor, puesto que también “está involucrada esta capacidad expresiva, emocional del mismo”.⁷⁴

Entramos a una nueva clasificación, de una experiencia audiovisual natural a una completamente tecnificada, y aquí es importante tomar en cuenta las modificaciones que se dan a partir del surgimiento de la era electrónica donde la representación icónica queda determinada por la codificación técnica que venga de los recursos propios del medio.

En el caso del video, la representación icónica se realiza a través de la conversión de la luz y el color en señales eléctricas que posteriormente son digitalizadas. La realidad se reproduce de manera casi idéntica en píxeles o líneas y anchos de banda sin dejar a un lado las funciones propias de la comunicación humana.

- Es referencial puesto que la imagen que se construye a través de esta tecnología de la comunicación representa una realidad. Es la información óptica que el emisor busca transmitir al receptor, y como hemos descrito más arriba, la información visual que manejamos, específicamente con las imágenes icónicas que Román Gubern define como universales, por ser translingüísticas y transnacionales.⁷⁵

- En lo que toca a la interacción entre emisor y receptor, es preciso apuntar la cuestión de que es una construcción de un mensaje visual. Además de la codificación técnica de la imagen, hay una serie de significaciones que entran en juego⁷⁶. El emisor selecciona y organiza la información audiovisual y a partir de la técnica materializa su objeto,

que logran esa sincronía tanto de elementos visuales y sonoros que previo, con inventos como la radio y la fotografía eran estudiados por separados. Cfr. Mariano Cebrián Herreros, *op.cit.* p. 54.

⁷⁴ Ídem.

⁷⁵ Román Gubern, *op.cit.*, p. 127.

⁷⁶ Panofsky nos habla sobre tres niveles en el análisis de la imagen: icónico o pre-iconográfico (formas y colores), iconográfico (connotación de la imagen) el nivel iconológico que nos refiere al contexto en el que se produce la imagen.

explotando las posibilidades expresivas del medio, con el fin de estimular al receptor. El video ofrece una gama de posibilidades expresivas por su naturaleza electrónica y que artistas han sabido aprovechar⁷⁷, mientras que ese proceso de codificación, y posteriormente el de decodificación variarán conforme a la relación que exista entre el emisor como el receptor.

- Dentro de la función de la Auto-regulación y coordinación de las secuencias interactivas, continuamos con este aspecto relacional entre los agentes de la comunicación. En la estructura de un grupo social existen roles y normas que rigen el flujo de la comunicación. El emisor, como en cualquier proceso comunicativo busca influir sobre el interlocutor y la codificación del mensaje dependerá en gran medida de la posición que se ocupe dentro del grupo.

En el proceso comunicativo del grupo familiar, el video cumple una función distinta a la de ser un medio de simple emisión para abrirse paso a un nuevo medio de comunicación donde tanto emisor y receptor interaccionan en una retroalimentación. En este punto interviene la creatividad del hombre.

Etimológicamente, la palabra video significa Yo veo, lo que en un principio nos permite explicar esa libertad con la que cuentan los usuarios para mostrar su versión del mundo. Grupos sociales como la familia se benefician de este proceso de “desmasificación” de los medios, al convertirse en productores de sus propios mensajes, un fenómeno que sólo había podido apreciarse con la escritura y la fotografía como medios personales, pero en la era electrónica y digital, el video tomó la estafeta.

“Como individuos nos representamos a nosotros mismos y a los demás a partir de la construcción de un sentido de identidad valiéndonos de una variedad

⁷⁷ Entre los aspectos que podemos destacar encontramos el coloreador que permite la atribución de colores a cada tonalidad de gris en blanco y negro, característica que no es posible tener en la imagen foto-química; manejo de planos, que es una herencia del encuadre en las imágenes icónicas en occidente y en el cual se da la libertad de escoger lo significativo.

de medios como los diarios, fotografías, conversaciones telefónicas y los videos caseros⁷⁸.

La capacidad de registro del video es un aliciente para su apropiación dentro de la familia, quienes como cualquier conglomerado humano, busca perpetuar su historia y su forma de vida para las generaciones venideras, y no es fortuito el hecho de que se apropien de la tecnología del video para lograr ese objetivo principal que sustituya prácticas propias de la tradición oral e incluso la escrita que narran el acontecer del grupo familiar.

En esta faceta expresiva que la familia logra a través del video está presente una retroalimentación entre emisor y el receptor, en un intercambio de mensajes que ambos agentes del acto comunicativo producen, en una forma de imitar la comunicación cara a cara donde emisor y receptor comparten un canal similar, en este caso, una cámara de video.

Pero existen otros atributos del video —al igual que otras tecnologías desarrolladas en las últimas décadas del siglo XX— que alimentan esa emulación de la comunicación cara a cara: la ubicuidad, la instantaneidad y la inmediatez de los mensajes.⁷⁹

Estas características que antes solo podían definir a la divinidad fueron posibles tras la llegada de la electrónica. El video es un medio que trastoca la relación tiempo-espacio al ubicar a los participantes de la comunicación en una realidad virtual⁸⁰ construida, con la diferencia de que la experiencia es vicarial.

El video permite tener imágenes de lugares separados del sitio de recepción y reproducirlos las veces que sean necesarias (inmediatez), mientras

⁷⁸ Abbe Don, "Narrative and interface", *The art of human-computer interface design*, Massachusetts, Addison-Wesley Pub. Co., 1990, p. 385.

⁷⁹ Román Gubern, *El eros electrónico*, México, Taurus, 2000, p.122.

⁸⁰ Nos referimos a una realidad virtual en el sentido de que la experiencia con esta no es directa sino vicarial, una construcción echa ipso facto para comunicar.

que la conjunción de tecnologías de la informática como el Internet abren paso al acceso de esas imágenes en diferentes sitios o registrar momentos no planeados.

Es de este modo como el proceso comunicativo en el que interviene el video recupera el aspecto natural de la comunicación interpersonal, cara a cara, primero por juntar a los sentidos principales que el hombre utiliza para comunicarse: la vista y el oído. Y segundo, permite una retroalimentación en cuanto a la información por parte de los usuarios.

La apropiación de la tecnología del video en las formas de comunicación familiar trae consigo la construcción de una realidad audiovisual,⁸¹ muy distinta a la natural, con un flujo de información eficiente a partir de la explotación de las ventajas del lenguaje icónico que ya hemos detallado.

¿Por qué grabamos y nos grabamos? Una vez que el video es adoptado como un medio de expresión individual se vuelve indispensable para reproducir ideas, realidades y la historia de vida de las personas o incluso de los grupos a los que pertenecen, que a la larga constituyen la historia de nuestras sociedades.

En una sociedad mediatizada, las identidades se forjan a partir de los medios de comunicación, los cuales sustituyen funciones que estaban presentes en la interacción de los grupos sociales, sin sustituir del todo a la comunicación humana real.⁸²

El desarrollo de TIC como el video forman parte de determinaciones sociales o proyectos culturales que a mediano o largo plazo terminan por reflejarse

⁸¹ Un medio técnico que conjunta la acción de ver y la de escuchar trae consigo la producción de una nueva realidad.

⁸² La televisión ha sido un claro ejemplo de las transformaciones de las prácticas sociales entorno al uso de una tecnología de la comunicación, en especial, al ámbito familiar en el que además de convertirse en una herramienta de entretenimiento e información, ocupa un lugar central en la interacción dentro de la familia.

en la forma como los individuos y grupos sociales y las sociedades procesan y ordenan su información y conocimiento”.⁸³

Al igual que el video, las nuevas tecnologías de la información y la comunicación se ubican en el último escalón de la evolución de la comunicación marcado por el desarrollo de estas herramientas llamadas *self-media* o medios de uso personal en los que el uso y construcción de mensajes son de carácter personalizado.⁸⁴

La flexibilidad de las llamadas *nuevas tecnologías* permiten pasar de la interacción a la interactividad, es decir, mediante un instrumento técnico, el usuario interactúa como si lo hiciera con una persona real, mientras el sistema mecánico satisface sus necesidades y facilita la construcción de mensajes.

La personalización de las tecnologías de la comunicación, y el video como *self-media* permite al usuario generar su propia información, además de la capacidad para almacenarla, lo que habla de un medio democratizador del proceso comunicativo.

No obstante, el consumo y uso de tecnologías de la comunicación se ve afectado en cierto grado por el contexto social y económico de la región del mundo en el que se implante. En el caso México y otras economías emergentes la apropiación de las TIC ha sido muy distinta a la vivida en países industrializados y potencias que desarrollan su propia tecnología.

⁸³ María de la Luz Casas Pérez, “La identidad nacional en la sociedad de la Información” en *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, mayo-agosto, año XLV, número 185, p. 40.

⁸⁴ Cebrián Herreros nos habla de cuatro etapas en la historia de la comunicación: la primera es la comunicación interpersonal en la que el hombre utiliza su cuerpo como medio; la segunda es la comunicación de elites donde se ubica la transposición del hombre a través de obras que comunican; la tercera tiene que ver con el desarrollo de los medios de comunicación de masas; y por último los *self medias*. Cfr. Mariano Cebrian Herreros, op.cit., p. 61.

2.3 El video en México

El proceso de introducción de tecnologías de la comunicación en el ámbito doméstico de las familias mexicanas ha sido paulatino pese a estar inmersos en la llamada Sociedad de la Información y el Conocimiento, cuya principal característica es el acceso libre a las tecnologías de la comunicación.

No obstante, en el caso de México esta desventaja se ha podido contrarrestar con su vecindad con los Estados Unidos, al ser su principal consumidor de tecnología.

Antes de los Tratados de Libre Comercio de América del Norte firmados en la década de 1990, las políticas comerciales de importación que imperaban así como la situación económica que prevalecía propiciaron que el proceso de apropiación de la tecnología por parte de la sociedad mexicana fuera lento. Las clases altas siempre han sido las primeras en acceder a estos “bienes suntuarios”, y solo son accesibles al consumo de las clases medias y populares cuando su precio baja.⁸⁵

Sólo empresas como Telesistema Mexicano⁸⁶ tenían la capacidad para traer las innovaciones tecnológicas del video. Ocho años después de entrar en función las primeras transmisiones televisivas en nuestro país, en 1958 Telesistema Mexicano adquirió un equipo de videograbación de la californiana Ampex.

⁸⁵ De acuerdo con Deborah Holtz y la Fuente Anual de Grupo Videovisa, la penetración de la videocasetera de 1985 a 1991 se dio de la siguiente manera: 1985, 8 por ciento; 1988, 19.8 por ciento; 1991, 35 por ciento. Cfr. Néstor García Canclini (Ed.), *Los Nuevos Espectadores: cine, televisión y video en México*, México, Instituto Mexicano de Cinematografía, 1993, p. 196.

⁸⁶ En 1950 se abrieron las primeras transmisiones televisivas en México con la señal de XHTV canal 4, concesión del empresario Rómulo O’Farril. Un año más tarde el magnate de la radiodifusión, Emilio Azcárraga Vidaurreta incursionó en la televisión al inaugurar las transmisiones del canal 2 XEWTV, a través de su empresa Televimex, de las cuales el presidente en turno, Miguel Alemán, tenía 12% de las acciones. La tercera concesión fue otorgada al ingeniero Guillermo González Camarena quien inicia las transmisiones del canal 5 XHGC. Pronto estos tres canales de televisión privada se unen para formar Telesistema Mexicano en el año de 1955 y para 1973, con la anexión del canal 8 se forma el monopolio Televisa. El primer programa grabado en videotape por esta empresa fue la *Puerta de suspenso* realizado el 3 de abril de 1959 con una duración de 30 minutos y protagonizado por la actriz Beatriz Aguirre, lo cual marcó un hito en la historia de la televisión mexicana al dar el paso que sustituía los costosos procesos de filmación utilizados para el registro de programas en vivo. Cfr. Emilio Ávila, *op.cit.*, p. 66.

La producción y exportación de electrodomésticos japoneses a partir de la década de 1960 pronto llegaría a México⁸⁷ con nuevos formatos de video desarrolladas por compañías como Sony y JVC, que abrieron su mercado a un público amplio.

El video impactó en las prácticas comunicativas de grupos sociales, políticos y artísticos, principalmente por su portabilidad y bajo costo de producción, además de la descentralización de los medios masivos para abrirse como un frente común al dominio de la televisión en el manejo de la información.

Instituciones educativas se hicieron de equipo de video para implementarlo en las estrategias educativas. Fue así como la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) se convirtió en una de las primeras en utilizar equipos U-Matic de $\frac{3}{4}$ de pulgada.⁸⁸ Artistas como Pola Weiss se valieron del lenguaje visual para crear, y grupos políticos como el *Canal 6 de julio* y *Tiempo Nuevo* aprovecharon la potencialidad expresiva del video para registrar y denunciar lo que los medios de comunicación masiva no mostraban.⁸⁹

No obstante, la tendencia en el mercado iba por otro rumbo más elevado: el consumo masivo. Entre los años 1977 y 1979 son introducidas a México las primeras videograbadoras de formato beta,⁹⁰ los cuales funcionaban con casetes de $\frac{1}{2}$ pulgada enfocados al uso doméstico y desarrolladas por la marca japonesa Sony.

⁸⁷ Japón como el segundo importador de crudo en el mundo logra compensar esos gastos a través de la exportación de desarrollo electrónico.

⁸⁸ Las facultades de Odontología, Química y Medicina se vieron beneficiadas; la primera recibió en el año de 1968 un equipo de videograbación con un precio estimado de cuatro millones de pesos. En 1973 la empresa Sony dona a la facultad de Química un equipo portátil de U-Matic. Éste tipo de prácticas impulsaron más adelante a la creación de TV UNAM y proyectos como telesecundaria.

⁸⁹ Carlos Mendoza, fundador del Canal 6 de julio, describe este aspecto democrático del video de la siguiente manera: "nosotros tenemos que ir detrás de lo que la televisión no va a mostrar (...) la gente necesita información porque es algo que le interesa en forma directa y personal". Cfr. José Antonio Fernández, "El video de denuncia política debe entrar a la televisión", *Colección Historias Personales. Entrevistas con hombres y mujeres del micrófono y la pantalla Parte II*, México, Creatividad en Imagen, 2001, p. 63.

⁹⁰ Jaime Figueroa Daza, *El video en el Distrito Federal*, México, UNAM, 1992, p. 46.

La llegada de la Betamax de Sony, y posteriormente la VHS de JVC, tuvieron una aceptación considerable por parte de la sociedad mexicana. El carácter consumista de la población favorecía el proceso de apropiación, mientras que las primeras videograbadoras entraban de contrabando al país y el fenómeno de la piratería hacía publicidad de la herramienta en los hogares mexicanos.

El uso que las personas hacían del video en un principio consistió en la transferencia de películas que llegaron a comercializarse en Tepito, así como la grabación de programas de televisión para ser vistos en casa las veces que se deseara a través de la videograbadora.⁹¹

Para 1980 la mayoría de los hogares mexicanos contaban con videograbadoras que completaban su espacio mediático y que algunos coinciden en denominar la transformación del video en un *gadget* electrodoméstico.

El gobierno mexicano tardó en darse cuenta del impacto que esta nueva herramienta causaba entre la población, y en el año de 1985, en la administración del presidente Miguel de la Madrid, se buscó regular la producción de videogramas a través de un decreto en el Diario Oficial de la Federación que asentó la creación de una sección dentro del Registro Público Cinematográfico (RTC) encargado de reconocer obras en videogramas.⁹²

⁹¹ Autores aseguran que el concepto del video como un instrumento de liberación comunicativa se vio opacado por esta nueva tendencia en el uso que Román Gubern denomina como “dos grandes opciones decepcionantes: el video casero y el consumo”. Cfr. Román Gubern, *La mirada opulenta: exploración de la iconosfera contemporánea*, Barcelona, G. Gili, 1987, p. 390.

⁹² En el *Diario Oficial de la Federación* del 13 de mayo de 1985 se establece que “el rápido desarrollo de la tecnología moderna ha permitido la creación de nuevos instrumentos de comunicación, entre los que se incluye el videograma en sus diversas denominaciones, que vienen cobrando mayor importancia por su difusión y comercialización con el consiguiente incremento en su oferta y demanda (...) Que la utilización de videogramas y sus modalidades debe tener una función social, contribuir al fortalecimiento de la integración nacional, preservar la moral y las formas de convivencia humana” por lo que “todo tipo de obras audiovisuales contenidas en videogramas, videocintas, videojuegos u otros medios tecnológicos similares que existan o existieren y que requieran de difusión o reproducción para fines comerciales, científicos, didácticos, etc.” Cfr. *Diario Oficial de la Federación*, México, D.F., 13 de mayo de 1985. Los títulos que llegaban a la RTC hoy se encuentran en la videoteca de la Cineteca Nacional en donde se resguardan videos desde ¾ U-Matic hasta los más recientes DVD.

En 1981, con la integración de la videograbadora y cámara, así como la miniaturización del equipo y la automatización en su uso de lo que Sony denominó Betacam, consolidó el mercado doméstico del video, al permitir al público en general crear sus propios productos.

El 52 por ciento de la población de la Ciudad de México ya contaba con una videocasetera en 1989, mientras que en 1991 el 35 por ciento de las familias mexicanas hacían uso de esta tecnología, lo que nos habla de una popularización del medio.⁹³

En 1994 la empresa Sony, una de las principales compañías productoras de tecnología audiovisual en el mundo junto con la JVC, estableció una subsidiaria en nuestro país a través de la empresa Deltra Internacional, la cual ya comercializaba productos de la firma japonesa.⁹⁴

*“Como buenos videófilos, los poseedores de una videocasetera han entrado de lleno en la época de la tecnologización. Desde una videocámara hasta un compact disc, la mayoría cuenta con todo”.*⁹⁵

Las nuevas herramientas de la comunicación creadas a partir de la digitalización se incorporaron después al espacio doméstico audiovisual de familias que décadas antes ya se habían familiarizado con las tecnologías análogas.⁹⁶

Conforme a las cifras publicadas en el 2000 por el Instituto Nacional de Estadísticas y Geografía (INEGI) 38.6 por ciento de las viviendas particulares

⁹³ Néstor García Canclini (Ed.), *op.cit.*, p. 161.

⁹⁴ Eneas Caldiño García, “Proyecto de facilitación del Tratado de Libre Comercio México y la Unión Europea (PROTLCUEM)”, (en línea) Dirección URL: http://www.economia.gob.mx/pics/pages/1204_base/EstadInverMexicoUE.pdf, (Consulta: 30 de noviembre de 2009).

⁹⁵ *Ibíd.* p. 199.

⁹⁶ Además de las videograbadoras, a principio de los años noventa hacían su aparición las videocámaras para uso doméstico y en porcentajes, para esos años, 24 por ciento de la población ya contaba con una, de los cuales 40 por ciento pertenecía a la clase media. (Ídem.).

habitadas en el país disponen de videocaseteras, un crecimiento de casi 10 por ciento en una década.⁹⁷

El uso de las videocaseteras comenzó a decaer en el inicio del presente siglo con la llegada de la tecnología del disco de video digital (DVD) cuyo precio comenzó a bajar, mientras que las videocaseteras vagamente se encontraban a la venta.

El desarrollo de nuevos formatos y soporte de video ha permitido un mayor acceso y manejo del medio. La tecnología digital catapultó al Internet como la principal ventana para la visualización del video. En los últimos años se ha incrementado el número de usuarios en México de este medio, en especial a través de teléfonos inteligentes o *smartphones*.⁹⁸

En 2009 la Asociación Mexicana de Internet (AMPICI)⁹⁹ destacó en su estudio de Hábitos de los Usuarios de Internet en México que una de las principales actividades que realiza el cibernauta mexicano es la de subir videos con un 34 por ciento, dominando el mandar correos y la mensajería instantánea.

Para 2012, la página de videos *YouTube* se ubicó como la segunda Red social más utilizada por los mexicanos con 60 por ciento de los encuestados inscritos en esta red, solo superada por *Facebook*

⁹⁷ Rodríguez Gallardo, Adolfo, *Tecnologías de la información y brecha digital en México, 2001-2005*, México, UNAM, 2005, p. 22

⁹⁸ En 2012 la Asociación Mexicana de Internet (AMIPICI) reportó un incremento de más del 50 por ciento de internautas en el país en un periodo de seis años con base a una encuesta publicada en su sitio, de las cuales el 58 por ciento lo hacía a través de *smartphones*, mientras un 64 por ciento lo hacía también por computadora. La *Estadística sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información y comunicaciones en los hogares 2012* del INEGI revela que hay 37.6 millones de mexicanos que utilizan Internet de las computadoras instaladas en México están conectadas a Internet, de las cuales 51% está destinada al consumo doméstico lo que indica que el Internet ya es un medio accesible para todos los niveles socioeconómicos. ("Estudio AMIPICI: Hábitos de los usuarios en Internet en México. Resumen ejecutivo. Mayo, 2009" (en línea) Dirección URL: <http://www.amipci.org.mx/?P=editomultimediafile&Multimedia=89&Type=1> (Consulta el 9 de septiembre de 2013)

⁹⁹ Idem.

En otro estudio la AMPICI de 2007¹⁰⁰ apuntó que del 84 por ciento de los usuarios de la red gustan de ver videos por ese medio, mientras que de ese porcentaje, un 67 por ciento de los internautas encuestados han subido un video a una página de Internet, entre los que destaca el portal de *YouTube*, y que se traduce en un mayor uso del video en el ámbito casero.

De las 22 millones de viviendas que en el 2000 contaban con videocaseteras a los casi 40 millones de mexicanos que tienen acceso al Internet y su amplio menú de videos, es evidente un cambio considerable en el consumo de mensajes audiovisuales a través del video, que en cierta medida responden a dinámicas y necesidades presentes en grupos sociales; un fenómeno de apropiación tecnológica para fines comunicativos que a continuación abordaremos.

¹⁰⁰ “Usuarios de Internet en México 2007. Usos de Nuevas Tecnologías. AMIPCI, A.C.” en <http://www.amipci.org.mx/?P=editomultimediafile&Multimedia=64&Type=1> (consultado el 9 de septiembre de 2013)

CAPÍTULO 3. EL VIDEO EN LO DOMÉSTICO.

3.1 La familia: el espacio de la apropiación del video

La familia es un subsistema de la sociedad —sino es que el núcleo de la sociedad misma— cuya característica de sistema abierto la pone en un constante intercambio con su entorno y otros sistemas sociales, vulnerable a ser afectada por los procesos que en la misma sociedad se generan.

Tradicionalmente, la familia se define como la unidad biológica que se deriva de la unión de dos personas y complementada más adelante con la procreación de la prole en pos de la perpetuidad de la especie. Sin embargo, el sistema familiar representa también una unidad histórico-social en la que se reproducen patrones y normas que a nivel sociedad son aceptadas.

*“La familia es una organización de diversos individuos basada en un origen común y destinada a conservar y transmitir determinados rasgos, posiciones, aptitudes y pautas de vida físicas, mentales y morales”.*¹⁰¹

Esta influencia del medio externo sobre la familia se refleja en las estrategias comunicativas que existen en ella las cuales incluyen la elección de los canales que faciliten esta operación fundamental para su reproducción como sistema.¹⁰²

El video casero nació hace más de 40 años en el seno de un sistema familiar inserto en un contexto tecnologizado y cuya naturaleza representó un medio ideal para la comunicación entre los miembros del grupo y la creación de sentido de éste.

¹⁰¹ Ruth Nanda Anshen comp., *La familia*, Barcelona, Ed. Península, 1978, p. 277.

¹⁰² Dicho dentro del marco de la Teoría General de Sistemas de Niklas Luhman, hablamos de una autopiesis: el conjunto de operaciones que se realizan dentro del mismo sistema para su reproducción. “Las operaciones de un sistema social son las comunicaciones que se reproducen con base en otras comunicaciones reproduciendo de esta manera la unidad del sistema” cfr. Giancarlo Corsi, et al., *GLU: Glosario sobre la teoría social de Niklas Luhman*, Universidad Iberoamericana, México, 1996, p. 32.

La apropiación de la tecnología del video en las formas de comunicación familiar es un reflejo de los cambios que el espacio de lo doméstico, esa esfera en la que la familia se desenvuelve y se expresa, ha enfrentado ante los aires que se respiran en la sociedad tanto política, económica y tecnológicamente hablando.

Visto desde la perspectiva de Roger Silverstone, al igual que las sociedades han tenido que “negociar” dentro del orden público la introducción de nuevas creencias religiosas, intercambios mercantiles o medios de comunicación, estos procesos se traducen en el ámbito de la vida cotidiana, en específico en el ámbito del hogar.¹⁰³

La familia representa un elemento activo, es decir, nunca permanece estacionaria a medida que la sociedad se transforma, para ajustar en su seno nuevas costumbres y usos que desde fuera presionan al núcleo.

*“Los sistemas familiares no tienen una dinámica propia de desarrollo, de modo que el impulso que genera los cambios es exógeno, en una alternancia del equilibrio institucional de derechos y deberes, por una parte, y los poderes y dependencias, por otra”.*¹⁰⁴

La introducción de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) al ámbito doméstico en los últimos 50 años responde al estado en el que se encuentra la familia históricamente¹⁰⁵.

La familia se visualiza como una unidad de consumo de una economía basada en mercancías,¹⁰⁶ donde las tecnologías y otros objetos interactúan con la vida cotidiana del grupo.

¹⁰³ Roger Silverstone y Erich Hirsch ed., *Consuming Technologies Media and Information*, Londres-Nueva York, Routledge, 2005, p. 15.

¹⁰⁴ Göran Therborn, “Familias en el mundo. Historia y futuro en el umbral del siglo XXI”, *Familias y políticas públicas en América Latina. Una historia de desencuentros*, Santiago de Chile, CEPAL-ONU, 2007, p. 45.

¹⁰⁵ En el siglo XIX, Federico Engels ubicó el modelo familiar monógamo en un momento histórico en el cual se establece la propiedad privada y la formación del Estado, a partir de consensos entre la población que permiten una mejor convivencia y establecimientos de normas que rijan los modelos familiares. Cfr. Federico Engels, *El Origen de la familia, la propiedad privada y el Estado*, Madrid, Fundamentos, 1997, p. 43.

Esta situación reafirma más el papel del hogar de “institución económica”, según Roger Silverstone, en el que la producción y adquisición de bienes y servicios responde a las necesidades propias de los miembros de la familia.¹⁰⁷

A lo largo de más de 200 años, las revoluciones industriales no solo han transformado a las sociedades a favor del llamado “progreso”, sino que incluso han afectado los modelos familiares existentes y sus dinámicas expresadas “en metas, mitos familiares, reglas, rutinas, conflictos y tensiones”¹⁰⁸.

El nacimiento de la burguesía a finales del siglo XVIII y principios del XIX terminó por ajustar sistemas familiares con esa ideología que ponderaba las libertades individuales a favor de una convivencia más democrática,.

La promulgación de las Leyes de Reforma y el nacimiento del Estado moderno mexicano a mediados del siglo XIX, buscó tener un impacto en las mismas prácticas de los individuos.

*“Ese sistema planteó la reformulación de la práctica religiosa, un cambio cultural en donde el individuo fuera dueño de sus acciones, con el desarrollo de sus capacidades y, sobre todo, mediante nuevos modelos y mecanismos de convivencia, en los cuales la responsabilidad individual tuviera un papel central”.*¹⁰⁹

¹⁰⁶ El consumo es la base de la llamada “Economía de los materiales” a través de la cual se mantiene el flujo de las mercancías. El documental *La Historia de las Cosas* cita al analista de ventas Víctor Lebow, quien en la década de 1950 destacó que el consumo debía convertirse en “nuestra forma de vida” con el fin de satisfacer “nuestro ego” a partir de rituales de compra y uso de bienes. La producción de bienes de consumo sería el fin de las sociedades industriales.

¹⁰⁷ Roger Silverstone ed., *op.cit.* p.90.

¹⁰⁸ *Ibíd.* p. 104.

¹⁰⁹ El discurso de la Sociedad de la Información y el Conocimiento (SIC) ha sido promovido en las últimas décadas por gobiernos neoliberales que ven en las Tecnologías de la Comunicación y el Conocimiento (TIC) la solución de los problemas de la sociedad. Esta teoría es una derivación del pensamiento liberal del siglo XIX que nos rige hasta nuestros días y el cual pugna por mayores libertades individuales, no sólo en el aspecto económico, sino en cada aspecto de la vida social. En Europa, las revoluciones burguesas llevaban como base la ideología liberal y tal y como explica Gisele Freund, estas clases ascendentes encontraron en instrumentos técnicos como la fotografía en el siglo XIX y posteriormente el video, self-medias o medios de auto-representación que van conforme a sus condiciones económicas e ideológicas. El desarrollo de tecnologías va de la mano con el discurso liberal. Cfr. Gustavo Ayala y Laura Romero, “Conmemoran 150 años de las Leyes de Reforma” en *La Gaceta UNAM*, Número 4,193, 12 de octubre de 2009, p. 7.

Antes de la industrialización, la familia como unidad económica, era su propio centro de producción y de carácter autosuficiente. Sin embargo, la transición de unidad de producción a unidad de consumo en los últimos 50 años, liberó la fuerza de trabajo de mujeres y niños.

En los países industrializados, la educación (manejada por el Estado) ha impulsado un proceso de individuación que conlleve un aspecto menos autoritario del sistema familiar. Mientras, las familias han perdido su carácter de autosuficiencia y sus miembros pasan a ser asalariados en una sociedad de consumo.

En este contexto del consumo se forja la Sociedad de la Información (SIC) y el Conocimiento —o tercera Revolución Industrial—, la cual tiene su base en las TIC que permiten una mayor generación y circulación de la información dentro de la sociedad, con medios de comunicación al alcance de una gran parte de la población.

La familia ha sido sumergida en un consumo de innovaciones tecnológicas para el hogar, en parte como una satisfacción del yo, es decir, existe una construcción de la identidad individual a partir de la apropiación de estas tecnologías, que se adecuan a las necesidades tanto de la familia como para la de cada uno de sus miembros.

La tecnología del video llegó dentro de esa ola de innovaciones que se convirtieron en fetiches del grupo familiar, ya fuera como herramienta de comunicación, de identidad o estatus dentro de la sociedad.

3.1.1. La apropiación de la tecnología

Al igual que los electrodomésticos y otros objetos para el consumo del hogar, las TIC entran en un ciclo en el que nacen como mercancías para después

pasar a un proceso de “domesticación” o de adaptación a las necesidades de los miembros de la familia que la adquiere.

No obstante, la apropiación de las TIC en la esfera de lo doméstico se distingue por la creación de una seguridad ontológica dentro del hogar, que de acuerdo con Anthony Giddens, refuerzan más la identidad del individuo como del grupo familiar a partir de la comunicación.

La modernidad trajo consigo nuevos parámetros que trastocaron la identidad del individuo, en especial, con tecnologías que desenganchan “el espacio de la acción y el significado de la experiencia, y al mismo tiempo (y a través de los mismo espacios desplazados) reivindica la acción y el significado para las relaciones del sistema capitalista social y económico del mundo moderno”.¹¹⁰

Las TIC insertas en el ámbito doméstico permiten a la familia crear esa seguridad ontológica frente a la modernidad, con herramientas que conecten al grupo con tendencias y exigencias marcadas por esta era como la globalidad y experiencias mediadas en las que la configuración de la temporalidad es distinto y el individuo es desenclavado de un espacio y estar en varios puntos a la vez.

Para Anthony Giddens la experiencia humana está mediada desde la aparición del lenguaje al llevarla por encima de la inmediatez de la experiencia animal, aunque las imágenes presentadas por la televisión, el cine y el video han creado experiencias inalcanzables para la palabra impresa.

*“... son tanto medios de expresión de las tendencias del desenclave y la mundialización de la modernidad como instrumentos de dichas tendencias”.*¹¹¹

Esa seguridad en el hogar que brindan las tecnologías también se encuentra en el poder que las familias tienen para controlar, regular y mantener su propio grupo. Los miembros del sistema buscan a través de la homeostasis o

¹¹⁰ Roger Silverstone, *op.cit.* p. 18.

¹¹¹ Anthony Giddens, *Modernidad e identidad del yo*, Editorial Península/Ideas, 1995, p. 40.

autopoiesis mantenerse unidos, lo que se traduce en una fuerza que provee cohesión y lealtad entre cada uno de ellos.

*“La familia como organismo homeostático va a proveer no sólo la estabilidad de sus miembros (...) sino que también será una fuerza reguladora entre los orígenes y raíces de su gente, las fuerzas de cambio social y tendencias a la modernización así como el balance entre identidad y progreso”.*¹¹²

Será un asunto de elección el que rija la apropiación de estas innovaciones tecnológicas de la comunicación como es el video, ajustándose a las necesidades propias del grupo familiar, en un proceso que se mueve en dos vías: a la vez que la familia domestica la tecnología, esta a la vez se tecnologiza; aunque este proceso es más fácil dentro de un sistema familiar cuya comunicación sea democrática,¹¹³ es decir, que se mueva en un nivel horizontal, y no vertical como en aquellos modelos familiares basados en jerarquías.

La apropiación del video, así como otras TIC, no solo implica la adopción de una herramienta, sino que se influye en las formas de comunicación y en la configuración de significados de los mensajes que transmite en el interior del grupo.

El proceso en el que la TIC pasa de un objeto físico a un medio que configura el universo simbólico de los individuos se puede explicar a partir del modelo propuesto por Roger Silverstone resumido en cuatro pasos:

1.- **Apropiación:** Es el momento en el que el objeto —en este caso, la TIC, ya sea el *hardware* o *software*— deja de ser mercancía al momento de que una familia toma posesión de éste. En el caso de las cámaras de vídeo, la adquisición

¹¹² Mario Ongay, “La familia de las clases medias en México, en *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, octubre-diciembre de 1979, enero-marzo de 1980, p. 7.

¹¹³ Lelia Green afirma que el rango de adopción para una tecnología de la comunicación es más rápida mientras las sociedades sean más conductoras de información. La autora hace referencia al término de tecnoculturas como aquellas sociedades que construyen su cultura a partir de la integración de las TIC dentro de cada nivel individual. “La tecnocultura es evidente en vidas que se han transformado para acoplarse a interacciones y comunicaciones con las nuevas tecnologías” Cfr. Lelia Green, *Communication technology and society*, Londres, Ed. Sage, 2002, p. 100.

de esta herramienta responderá a características técnicas como es la portabilidad, la facilidad de manejo y la complejidad para aprender su lenguaje que convencen a los usuarios de tenerla.

2.- Objetización: Tiene que ver con el lugar que se le asigna a este nuevo objeto dentro del espacio del hogar, participando en la definición de la identidad del individuo o grupo que le pertenece. La disposición del objeto revela la personalidad del hogar y su lugar en el mundo. En un inicio las videograbadoras tenían un lugar específico en la casa, junto al televisor donde generalmente las familias suelen reunirse. En la actualidad, las cámaras de videos se encuentran integradas a las computadoras y los teléfonos celulares en espacios más individualizados dentro del hogar.

3.- Incorporación: Se asocia a la función que tendrán dentro del ritmo de la vida familiar. En este punto, el consumidor altera la identidad del aparato, las tecnologías adquieren otro uso distinto al que se ideó al momento de su fabricación, y se despliegan fines creativos por parte de los miembros de la familia para adaptar los objetos a sus propios usos. Para visualizar al video como un medio idóneo en la comunicación familiar hay que considerar que fue una tecnología que primero fue pensada como apoyo de la televisión o para la creación audiovisual, para convertirse después en una herramienta con la que la familia busca cambiar o reforzar sus formas de interacción.

4.- Conversión: El objeto que define la relación entre lo exterior y lo doméstico.¹¹⁴ Entre las finalidades que mueven a la familia a consumir destacan tres puntos. El primero tiene que ver con la seguridad y la privacidad; el segundo con la extensión del yo, “y puede incluir la colección y preservación de recuerdos y la alteración de un orden decorativo o estructura”;¹¹⁵ y por último las relaciones y actividades en el hogar, la continuidad de la rutina doméstica.

¹¹⁴ Roger Silverstone apunta que una vez que las tecnologías cruzan el límite del hogar, éste se define para sí mismo y sus miembros un estatus en el vecindario, en el trabajo y en grupos más amplios de la sociedad, cfr. Roger Silverstone ed., *op.cit.* p. 22.

¹¹⁵ *Ibíd.* p. 184.

Al ser un medio “importado” de otro sistema social como son los medios de comunicación de masas, el video de uso doméstico guarda características inherentes de la televisión, entre ellas las operaciones comunicativas a partir de la información que generan en su interior, y que el grupo familiar reproduce de un modo similar al tener en sus manos una herramienta de comunicación como lo es el video.

Niklas Luhman apunta que el análisis de los sistemas de medios de comunicación de masas es comparable con el del sistema económico, de derecho, el político, y el sistema familiar, éste último presente en los *mass media* en temas programáticos del entretenimiento.¹¹⁶

*“...los medios de comunicación no requieren de esta sobrepujando ni la personalización del sistema de la familia (...) basta con que haya estandarizaciones que se pueden escoger de una determinada manera, para que el individuo determine y seleccione el sentido de su participación —o el sentido de su rechazo”.*¹¹⁷

Una vez que las tecnologías de comunicación se hicieron más accesibles a otro tipo de consumidores, las familias adaptaron a su entorno el esquema funcional de los grandes medios de comunicación, primero con la fotografía —importada de la prensa—; las cámaras de 8 mm —producto del cine—; y por último, las cámaras de video nacidas en el seno de la televisión.

A partir de esas tecnologías la familia encontró una forma de relatar su realidad y generar una información que “estimula” a sus propios miembros a construir un sentido de realidad dentro del grupo, además de igualar la función de memoria que crean los medios de comunicación de masas con la información que generan.

¹¹⁶Niklas Luhman, *La realidad de los medios de comunicación de masas*, México, Universidad Iberoamericana, 2007, p. 139.

¹¹⁷ *Ibíd.* p. 108.

La familia ahora es la que se retrata a sí misma, lejos de la estandarización que se construyeron entorno a los *mass media*.

Dentro del sistema familiar ha sido evidente la implementación de nuevas formas de comunicación sobre la oralidad original presente en la interacción cara a cara, la cual ha sido la principal fuente de información dentro de los grupos humanos.

La figura del abuelo fue crucial en los modelos familiares extendidos, lo que se tradujo en la transmisión de conocimientos y tradiciones al resto de los parientes. La escritura le dio un plus a esta interacción al romper con el tiempo y el espacio, mientras que en el siglo XIX la fotografía se perfiló como el medio preferido para atenuar la movilidad que derivó la industrialización de las sociedades.

Explica Gisele Freund que *“desde su nacimiento la fotografía forma parte de la vida cotidiana (...) uno de sus rasgos más distintivos es la idéntica aceptación que recibe en todas las capas sociales (...) es el típico medio de expresión de una sociedad establecida sobre la civilización tecnológica”*.¹¹⁸

Las sociedades industriales trajeron consigo el acenso de una nueva clase social burguesa que a su vez pugnaba por una *democratización* de las artes, algo que el aparato fotográfico había logrado a partir del retrato, con una capacidad para reproducirse las veces que se deseara y como un instrumento de registro valioso para la memoria familiar, un nuevo medio de auto-representación conforme a sus condiciones económicas e ideológicas.¹¹⁹

La cámara fotográfica se convirtió en un primer fetiche de la sociedad del consumo que logró satisfacer una necesidad de comunicación en las nuevas

¹¹⁸ Gisele Freund, *La fotografía como documento social*, Barcelona, G. Gili, 1993, p. 8.

¹¹⁹ En el año de 1888 Eastman Kodak es la primer firma en captar las posibilidades de un mercado de masas. En la década de 1960 la Instamatic tiene una revolución similar, mientras que la Polaroid y su SX hacen lo propio años más tarde. Lo común en estos datos es el uso doméstico que se le da a estos instrumentos.

estructuras familiares que comenzaban a dejar a un lado el papel del abuelo como el comunicador principal del grupo.

La comunicación a través de estos instrumentos se adecuan a las necesidades que la vida urbana exige, tales como el distanciamiento físico entre el emisor y el receptor que se adscribe al proceso de transición en el que se ubica el sistema familiar.

La situación anteriormente descrita nos lleva a una sustitución por parte de las tecnologías de funciones que solía llevar a cabo la propia familia, cuya interdependencia con los procesos sociales la conduce a ser más flexible y adoptar estrategias que permitan su sobrevivencia, entre ellas la creación de formas de comunicación eficientes a partir del uso de estas tecnologías.

3.2. La influencia del video en la comunicación familiar

La apropiación de tecnologías como el video en el seno de la esfera doméstica responde a una necesidad por reforzar dinámicas que constituyen el marco de la comunicación familiar.

Detrás de esa influencia tecnológica, estas dinámicas en el grupo familiar mantienen características y funciones básicas de la comunicación humana. La comunicación familiar se mueve en dos ámbitos: la autorrepresentación y el mantenimiento de las relaciones internas.

La realidad de la familia es el punto de referencia para cada uno de sus miembros, en la que se comparten interacciones dentro y fuera de la familia, así como su conjunto de creencias religiosas, las biografías de sus integrantes y del mismo grupo familiar, entre otras.

La función interpersonal es fundamental en la comunicación familiar ante la interrelación imprescindible entre los miembros del grupo para su funcionamiento; de una manera íntima, la persona es incluida “entera” en el proceso de

comunicación familiar, es decir, todo lo que le sucede a este individuo es relevante para los miembros del hogar.

*“...todo lo que se refiere a los participantes, todas sus acciones y experiencias, aun al exterior de la familia, son potencialmente relevantes en la comunicación familiar (...) La intimidad se produce cuando el mundo de un ser humano se torna importante para otro ser humano, y esto tiene validez recíproca”.*¹²⁰

En cuanto a la comunicación como autorreguladora en la familia es evidente por estar constituido por roles y jerarquías que determinan la forma cómo se expresan. Una madre, por ejemplo, tiene a su disposición toda la gama de posibilidades para expresarle al hijo las propias intenciones respecto de lo que desea que sea hecho o no.

Y por último, la comunicación familiar también se mueve a partir de una secuencias interactivas, regida por una serie de reglas aprehendidas de la sociedad como es el lenguaje, además del ritmo que llevará en una conversación.

La introducción de TIC al ámbito doméstico corresponde a esas funciones de la comunicación familiar, con un medio que principalmente refleje y transmita la realidad de la familia, y por otro lado mejore la interacción interpersonal.

La naturaleza del medio es otro factor que facilita la aceptación de estas tecnologías de la comunicación. En el caso del video influye la familiarización con la comunicación visual a partir de códigos icónicos que se transmiten de manera directa con un carácter inmediato, y sin entrenamiento previo.¹²¹

Las secuencias interactivas dentro de la familia se enfrentan al aprendizaje de un nuevo lenguaje técnico, que no obstante no ofrece dificultad alguna por la

¹²⁰ Giancarlo Corsi, *op.cit.*, p. 83.

¹²¹ “En la edad de la fotografía (de la cual el video es heredero), el lenguaje asume un carácter gráfico o icónico, cuyo significado muy poco tiene que ver con el universo semántico y nada en absoluto con la república de las letras”, cfr. Marshal McLuhan, *op.cit.*, p. 206.

automatización de la herramienta del video, mientras que la función autorreguladora de la comunicación familiar se relaja con un medio democrático que permite a los individuos vivir estos cambios en los modos de interrelación, en particular a lo que se refiera a las dinámicas familiares.

El video ha formado parte de los hogares por más de cuatro décadas, primero a través de las videocaseteras y después con las videocámaras, hasta la integración de estas a la tecnología de los llamados teléfonos inteligentes, lo que ha favorecido el acercamiento a una posibilidad amplia de comunicación.

La adaptación de la tecnología del video al espacio doméstico no tuvo mayor dificultad. El consumo de mensajes audiovisuales dentro de las dinámicas familiares ha impulsado lo que Román Gubern denomina *Pantallización de la sociedad post-industrial* en el cual el lenguaje audiovisual se vuelve espacio hegemónico en nuestra cultura actual.¹²²

*“Para el analfabeto, el lenguaje hablado, la imagen y el símbolo siguen siendo los medios principales de comunicación y de ellos sólo el visual puede preservarse en la práctica”.*¹²³

La familia prioriza al video como una forma de comunicación al responder a sus fines de autorrepresentación y de fortalecimiento de las relaciones dentro del grupo, además de convertirse en una herramienta que la conecta con el ámbito público.

3.2.1. El video como un espejo y memoria

Para Román Gubern, aparecer en el mismo receptáculo que las personalidades públicas ha sido uno de los atractivos para el gran público a tal

¹²² Román Gubern, *op.cit.*, p. 401.

¹²³ Rafael Reséndiz, *Teoría de la Imagen*, México, Laboratorio de Infografía e Interactividad (Hyperlab)-FCPyS p. 62.

grado “que el carisma del marco contenedor les aureola e inviste de un simulacro de poder comunicacional”.¹²⁴

La principal crítica que en el ámbito de la producción audiovisual se le da al uso doméstico del video es la utilización rutinaria y poco imaginativa del medio, en la que se desaprovecha la complejidad y ambivalencia de esta tecnología, que va en contra de la promesa democratizadora del video.

Sin embargo, cumple el interés de la familia de tener un medio autorreferencial, puesto que el fin que se busca con la realización de un video casero es el registro de imágenes que narren sucesos o vivencias de un grupo o de algún miembro del grupo para que posteriormente sean compartidas con otras personas, sin importar la calidad de los formatos. El video adquiere esa capacidad expresiva similar al de la fotografía, un sustituto de la memoria viva.¹²⁵

Una de las ventajas que ofrecen medios como la fotografía y el video es el mostrar la individualidad, la esencia, y el ser de un individuo o grupo a terceros. El video, por ejemplo, logra prolongar la temporalidad que ofrecían antes los relatos orales de los abuelos, materializándolo en un espacio que a diferencia de los textos es virtual.

*“Los medios electrónicos (...) son usados como herramientas generadoras de pensamiento y como medio relator de ese pensamiento”.*¹²⁶

Es la razón por la cual la producción doméstica del video debe ser tomada en cuenta dado que quienes graban reuniones familiares en algún sentido ofrecen una perspectiva de su realidad y, de manera involuntaria, contribuyen a la historia social perceptible a largo plazo.

¹²⁴ Román Gubern, *La mirada opulenta: exploración de la iconosfera contemporánea*. Barcelona, G. Gili, 1987, p. 390.

¹²⁵ Roy Armes, *op.cit*, p. 100.

¹²⁶ Don Abbe, *op.cit.*, p. 384.

La idea de la serie televisiva estadounidense *The Goldberg* (2013) nos traslada a esa época en la que el video casero comenzaba a cobrar fuerza en la década de 1980, y donde su protagonista, Adam, recuerda su infancia y a su familia “disfuncional” a través de grabaciones hechas con una cámara VHS.¹²⁷

En este caso, también la familia lleva al video a la fase de la conversión al ser una práctica en común en otros sistemas familiares con los que se pueden conectar a través de estas experiencias registradas.

La digitalización ha abierto otras posibilidades de interactuar a partir del video, además de la apertura de espacios como el Internet para servir de medios de salida que liberan al video de la televisión. Hoy en día tenemos portales de Internet como el *YouTube* que enfatiza ese papel de los self-media: *Broadcast yourself*,¹²⁸ además de aplicaciones para teléfonos inteligentes y tabletas electrónicas como *Vine* o *Instagram*¹²⁹ que permiten compartir grabaciones en video de corta duración.

3.2.2. Exaltar el eros a través de la mirada

La función de autorrepresentación que descansa en el uso del video dentro del ámbito doméstico se hace patente en el sub género de la pornografía que en otro capítulo hemos mencionado.

La introducción de nuevas herramientas tecnológicas modifican en cierto grado la forma de interacción entre los miembros de un grupo, y entre estas destacan las relaciones sexuales y amorosas.

Las nuevas tecnologías de la información y la comunicación superan la barrera física en el acto comunicativo. Tanto emisor como receptor no tienen la

¹²⁷ El mismo creador de esta comedia, Adam Goldberg llevó a los ejecutivos de la ABC videos caseros de su infancia para convencerlos de esta idea.

¹²⁸ Traducción al español: Transmítelo tú mismo.

¹²⁹ La red social Twitter lanzó a principios de 2013 la aplicación *Vine* con la que permite compartir videos de seis segundos, mientras que Instagram, originalmente creada en 2010 para registrar fotografías con distintos filtros, estrenó en el presente año su función de video.

necesidad de estar en un espacio en común para interactuar, sino que será el medio tecnológico el que supla esa función.

Por muchos años, el teléfono dio un giro a las relaciones de pareja, al convertirse en “un compañero cálido que compensaba la ausencia física del ser humano con el que se hablaba, pero al que no se podía ver ni tocar”.¹³⁰

Pero la integración de sonido e imagen en una sola herramienta, como el video, estimuló más este aspecto emocional mediado a través de la tecnología. En este tipo de comunicación los sentidos del olfato, el gusto y el tacto quedan, dando prioridad a la vista, el principal sentido por el cual el hombre recibe información de su entorno.

Román Gubern cita al psicoanalista Jacques Lacan y su concepto de pulsión escópica para explicar esta tendencia del hombre —y de la sociedad en general— de mirar y excitarse ante motivos sexuales que liberan la energía libidinal.¹³¹

En palabras del autor español, estamos ante una “sociedad mirona”, en la que algunos gustan exhibirse y otros prefieren estar en el papel de voyeuristas.

“(Una sociedad) en la que ella misma, y en especial sus sujetos públicos, se ofrecen como sujetos de deseo y objetos de espectáculo a la mirada colectiva”, apunta Gubern.

Mientras que los nuevos soportes de información potencializan el voyeurismo de la sociedad, los usuarios aprovechan la naturaleza del medio del video para reforzar sus relaciones amorosas, ya sea con una sesión virtual de sexo o grabándose durante el acto sexual.

¹³⁰ Román Gubern, *Eros Electrónico*, México, Taurus, 2000, p. 140

¹³¹ *Ibíd.* p. 174

Pese a la distancia, la vista y el oído se encargan de estimular al receptor de este mensaje generado a través de esta herramienta de uso personal que es el video.

3.2.3. Ser parte de una comunidad de videastas

La Cable News Network (CNN) en Estados Unidos abrió en 2006 un espacio para que sus usuarios compartieran videos de eventos noticiosos de actualidad con el fin de mostrar distintos ángulos a lo que los medios transmitían.

Una de las cadenas de noticias más importantes a nivel internacional creó el concepto de iReport como “una oportunidad de ser parte de la comunidad global de hombres y mujeres que son tan apasionados por la información como tú”.

La palabra “comunidad” da paso a una de las razones que mueven a la apropiación de la tecnología del video en el ámbito doméstico. Por un lado, las innovaciones técnicas son las herramientas que unen al hogar con la esfera pública.

Manuel Castells señala que la identidad, definida como la fuente de experiencia para la gente, depende de la estructura social y el marco social en el que el individuo o colectivo este inserto.

En la Sociedad de la Información y el Conocimiento, el tema de lo local queda desplazado por lo global, y ante esa “pérdida de dominio de las tradiciones, el individuo tiene que negociar su elección de tipo de vida entre una diversidad de opciones”¹³².

En palabras de Castells, la SIC se distingue por constituir una estructura en red basada en la información que se mueve dentro de ella, impulsada por las nuevas tecnologías de la comunicación.

¹³² Manuel Castells, *La sociedad red*, México, Siglo XXI, 1999, p. 33

El poseer una de las herramientas tecnológicas de la comunicación conecta a un grupo social a esa red, algo que Néstor García Canclini describe como una nueva forma de diferencia y desigualdad en la sociedad para los que no tienen el acceso a la información.

“En las redes electrónicas y mediáticas se distribuye la información y por tanto se crean zonas de concentración e irradiación”.¹³³

Al ser los medios de comunicación los que permitan crear esa ilusión de conectividad global, aquellos que tengan la posibilidad de grabar un evento noticioso desde un teléfono celular o una videocámara, lo hará sentir parte de una comunidad.

Y quien esté “desconectado” de esa red por no tener la tecnología que lo sitúe en la SIC no tendrá el privilegio de decir “yo estuve ahí”, y demostrar haber sido testigo de aquel suceso que todos comentan.

El video como objeto doméstico refuerza la identidad individual del usuario, pero a su vez lo integra con su contexto social. El aspecto de la conversión en el proceso de apropiación de la tecnología destaca en este punto, puesto que “sin la aceptación de esos significados afuera del hogar, ese trabajo de mediación se mantiene privado, inaccesible e irrelevante en la esfera pública”.¹³⁴

En febrero de 2013, la caída de un meteoro en Rusia fue captado por un centenar de cámaras integradas en automóviles particulares, sin que los conductores supieran que serían los primeros en registrar esos testimonios para el mundo, después viralizados a través de la página de video *YouTube*.¹³⁵

¹³³ Néstor García Canclini, *Diferentes, Desiguales y Desconectados*, Barcelona, Gedisa, 2004, p. 77

¹³⁴ Roger Silverstone, *op.cit.* p. 22

¹³⁵ De acuerdo con un reporte de la cadena *Al Jazeera* publicado en 2012, más de un millón de conductores en Rusia cuentan con cámaras de video en sus autos con el fin de evitar extorsiones de los oficiales de tránsito o para servir de evidencia en caso de un choque. Cfr. *Por qué hay tantos videos en Internet del meteoro en Rusia* en

Este fenómeno también se hace patente en conciertos, desfiles, conferencias, u otros desastres naturales, en las que la gente comparte sus vivencias que pueden ser de un mayor interés para otras personas ajenas a su círculo.

3.2.4. Acortar distancias

La eficiencia de un determinado grupo social se ve determinado en gran medida por el flujo de información que haya dentro de ella, y encontrar una herramienta que facilite esa peculiaridad se ha vuelto una prioridad.¹³⁶

La promoción de canales de comunicación más democráticos dentro del sistema familiar facilita la adopción de medios personalizados en beneficio del grupo y de la permanencia de esos lazos que la industrialización había separado.

El video rompe barreras espaciales y geográficas que pueden existir entre los miembros de un grupo. Las ventajas que ofrece esta tecnología de la comunicación es el registro de imágenes que pueden ser vistas a kilómetros, en tiempos diferidos y cuántas veces se desee gracias al sistema de almacenaje que posee.

En el mundo actual, los miembros de un sistema familiar se encuentran dispersos, incluso más allá de las fronteras nacionales. No obstante, este *self-media* ha permitido mantener esa función de plasmar vivencias y compartirlas más allá del territorio.

La mezcla del video con otras tecnologías de la comunicación como es el teléfono y el Internet han reivindicado más su papel dentro de la sociedad, al permitir una mayor interacción.

<http://mexico.cnn.com/tecnologia/2013/02/15/por-que-hay-tantos-videos-en-internet-del-meteoro-en-rusia> (Consultado el 13 de septiembre de 2013)

¹³⁶ Carlos Fernández Collado, *La comunicación humana en el mundo contemporáneo*, México, McGraw-Hill Interamericana, 2001, p. 73.

Las videoconferencias que eran común ver en los noticiarios de televisión, han sido parte de la esfera doméstica en los últimos diez años. El video mejoró la experiencia virtual de la mensajería instantánea en Internet —los llamados *chats*— al incluir este aspecto audiovisual.

A principios de la pasada década, programas como *Skype*, *Yahoo Messenger*, y *MSN Messenger*¹³⁷ permitían este tipo de conexiones a través del video. En la actualidad, empresas de Internet como Google han implementado la función del videoconferencias con los llamados *hangouts* donde incluso se pueden realizar conferencias con varios usuarios a la vez a través de su red social *Google+*.¹³⁸

En el ámbito doméstico, se ha visto que este servicio de Google ha sido utilizado incluso para armar reuniones sociales o presenciar eventos en vivo como bodas, que por cuestiones de distancia no es posible presenciar.

Esta faceta del video plasma la etapa de la objetización dentro de la apropiación de las tecnologías, por el lugar que ocupa en el espacio doméstico al ser partícipe en la creación del yo del individuo o del grupo familiar. En este caso hablamos de la tecnología de una extensión del ser y del espacio doméstico para trasladarse de manera virtual a otros escenarios.

También está presente la etapa de conversión, al ser una herramienta que conecta con otros grupos sociales.

3.3. La familia dentro de una sociedad voyeurista y exhibicionista

Las formas de interacción en una cultura audiovisual sin duda nos hablan de actitudes y actividades en donde la intervención de tecnologías como el video se han vuelto sustanciales a partir de la *videolización* de la vida cotidiana.

¹³⁷ En 2011, Microsoft compró la compañía Skype por 6.172 millones de euros, por lo que a principios de 2013 su servicio de Messenger dejó de funcionar.

¹³⁸ Google+ es la segunda red social con más usuarios en el mundo, por debajo de Facebook y arriba de Twitter con más de 350 millones según datos publicados por GlobalWebIndex. Facebook también lanzó en 2011 la herramienta Facetime para videollamadas en celulares-

*“Desde mediados del siglo XIX, con la invención de la fotografía, el individuo ha sentido la necesidad de conocer el mundo y de reconocerse así mismo a través de una imagen”.*¹³⁹

La comunicación a través de la imagen a lo largo de la historia del hombre ha desempeñado dos funciones en específico: la de mediadora y la de mistificadora.

En el primer punto hay que detallar que la mediación se realizaba entre una entidad divina y el mundo terrenal; con la llegada de los medios masivos como la televisión y la radio, el cambio se da entre los poderes terrenales y los individuos.

Sin embargo, a partir de la introducción de los medios personalizados, ese poder está en las manos de la población en general que se traduce en la democratización de la imagen y de la comunicación.

En este caso, la función de mistificación de la imagen se refleja en la del propio individuo que antes fungía como simple espectador, ahora pasa a ser un productor de sus propias imágenes que hablen de él y de su entorno, lo mismo que su difusión estará a su libre decisión.

En este punto radica la importancia del video en la comunicación familiar. Responde al fenómeno que Roman Gubern describe como el *Homo Pictor* cuyos elementos icónicos que manipula en cuanto a información visual se refiere son autogeneradas, fundamento de los *self-media*.

En la civilización de la imagen la gente gusta exhibirse, mostrarse a los demás, mientras otros los ven. Voyeur y exhibicionistas forman parte de este panorama en el que el video contribuye en gran medida, reforzando y mejorando los procesos de reproducción de la comunicación dentro de los grupos sociales como la familia.

¹³⁹ Rafael Reséndiz, *op.cit.*, p. 72.

CONCLUSIONES

Dentro del terreno de la producción audiovisual, el video doméstico es un género que ha sido poco explorado por la sencillez de sus contenidos y la calidad con la que realizan.

Sin embargo, detrás de las grabaciones de eventos familiares, está presente un fenómeno de apropiación por parte de un grupo social distinto a los medios de comunicación de masas que influye en sus dinámicas comunicativas.

En primer lugar, el video forma parte de un aspecto básico de la comunicación humana que es el instrumental en el que entran todas estas herramientas creadas por el hombre a lo largo de la historia para la interacción, desde la escritura y el papel, hasta los medios electrónicos desarrollados en el siglo XX.

El plus de la tecnología del video como canal radica en su capacidad para registrar, almacenar y reproducir información audiovisual, lo que permite una representación de la realidad casi idéntica y un acercamiento a la experiencia de la comunicación cara a cara entre el emisor y el receptor.

Las facilidades que las cámaras de video ofrecen para su operación hacen de la videograbación algo parecido a un acto involuntario como ver, oír, oler y sentir. Un proceso en el que el *homo pictor* de Román Gubern registra una parte de su vida a través de la técnica y la socializa al compartirla con otras personas gracias a la capacidad reproductiva del medio.

En los últimos 40 años el video ha formado parte de la comunicación familiar como un reflejo de los cambios en la estructura social y económica en la que se encuentra. El desarrollo de TIC es resultado de la llamada Tercera Revolución Industrial o Sociedad de la Información y el conocimiento en la que se ponderó que toda la población tuviera acceso a la información a través de estas herramientas, más en un contexto donde la constante movilidad de las familias y la

imparable globalización obliga a los grupos a adecuar canales de carácter democrático en cuanto al nivel expresivo se refiere.

No se puede afirmar que esta situación sea generalizada en el mundo como es el ideal de una *Sociedad de la Información y el Conocimiento*, dado que todavía hay una brecha digital y tecnológica por hacer cada vez más corta. Sin embargo es evidente una creciente convivencia con esta herramienta de la comunicación.

Hay que destacar que el video aterriza en el plano familiar como parte de un derivado de una sociedad consumista en la que las TIC se han convertido en una mercancía que potencialmente configurar el espacio doméstico de la familia.

En este contexto tecnológico y social se desenvuelve la apropiación del video dentro del espacio de la familia, primero como una mercancía que se diferenciará de otros objetos de uso doméstico a partir de su función comunicativa, de producción y recepción de mensajes.

Lo que se ha discutido a lo largo de esta investigación no es un determinismo de las tecnologías sobre las prácticas sociales, sino al contrario, se ha destacado esa relación simbiótica entre sociedad y tecnología en la que, por una parte, hay una presión ejercida por la primera para el desarrollo de estas innovaciones, de las cuales su uso responde a ciertas necesidades del grupo en cuestión.

Mientras que los medios de comunicación masiva, como sistemas sociales, cumplen la función de regular la información a nivel sociedad, en un microsistema como lo es la familia, la implementación de tecnologías como el video responden de manera similar, aunque a sus propios intereses. Los principales fines que se buscan en la comunicación familiar son la autorrepresentación y el reforzamiento de los lazos dentro del grupo, algo que cubre el video ya sea como el medio para transmitir y resguardar los recuerdos del grupo familiar; de *celestina* en una relación amorosa o un conector con el mundo exterior.

Una vez que la apropiación se ajusta a estas necesidades de la familia, se estructuran hábitos y modelos culturales en la comunicación del grupo, al estar frente a cuestiones de construcción de una memoria colectiva, emocionales, incluso de identidad.

Dentro de esta investigación hemos identificado cuatro vertientes por las cuales se ha desenvuelto la apropiación de la tecnología del video en las formas de comunicación familiar y que sumerge a esta “pantallización” de la sociedad: el registro de momentos de su cotidianidad; el estímulo de la sexualidad a través de lo visual; una conexión con el exterior; y por último, una mayor cercanía entre los miembros del hogar.

La relación narración-memoria es algo inherente en la vida de los grupos sociales. El *storytelling*, la narración oral en los grupos sociales para transmitir conocimientos, tradiciones, son prácticas que pese a la llegada de la escritura han sabido mantenerse hasta nuestros días.

Medios electrónicos como el video han revivido hasta cierto punto estas formas comunicativas al permitir la construcción de sentido a partir de estructuras no verbales como lo es el signo icónico, narrado mediante imágenes con el fin de recordar distinta a la linealidad ofrecida por la escritura.

“Es el mismo proceso (pero ponderado) que en otros tiempos lideraron el corrido y la fotografía, y que ahora mediante el manejo relativamente sencillo de una cámara de video, permite la captura y sacralización de estampas selectivas de la vida”¹⁴⁰.

Lejos han quedado los tiempos del viejo bardo que llevaba historias de pueblo en pueblo para pasar a una verdadera *pantallización* de la vida cotidiana, ya sea con grabaciones de bodas, quince-años, bautizos, y otros eventos familiares que forman parte del imaginario colectivo de una comunidad determinada. No hay forma en que los objetos y sujetos escapen del lente de una

¹⁴⁰ Néstor García Canclini, *Los nuevos espectadores: cine, televisión, y video en México*, México, IMCINE, 1993, p. 305.

cámara. Basta con poner una palabra en el buscador de *YouTube* y será posible encontrar un sinnúmero de retratos de la vida social¹⁴¹.

En la apropiación del video en la familia también hemos incluido las grabaciones pornográficas amateurs o las sesiones de cibersexo por cámaras de video que descansan en ese aspecto emocional de la comunicación, donde los usuarios domésticos de esta herramienta aprovechan la fuerza de estímulo que el video genera a través de los sentido de la vista y el sonido para simular una relación sexual con otra persona pese a la distancia que los separa.

Por un lado esto se explica con el fenómeno presente en la sociedad donde las personas ahora no solo son voyeuristas, sino que ahora son capaces de exhibirse a otros con la lente de una cámara.

Otra forma de apropiación del video que hemos tocado en esta investigación es la que busca conectar al grupo familiar con el exterior, al crear un sentido de comunidad a través de esta herramienta.

El video es un puerto que sirve para que una grupo familiar pueda compartir cómo vivió un suceso que afectó a toda una población. Le da “voz” —o imagen— a ese grupo dentro de la sociedad tecnologizada —la Sociedad de la Información y el Conocimiento en la que se desarrolla nuestro objeto de estudio— y alimentada de esta voracidad visual.

Pero el video no solo logra conectar a la familia con el exterior, sino que además afianza de algún modo las relaciones entre sus miembros, en una sociedad que tiende más a la globalización y a una mayor movilización por parte de las personas. Hay casos de personas que viajan a otros países para trabajos

¹⁴¹ Según las estadísticas publicadas en la página de *YouTube*, este popular portal de videos tiene más de 1,000 millones de usuarios únicos que lo visitan cada mes, con una reproducción de más de 6,000 millones de horas de video. Otros sitios de video personalizados como la canadiense *X-Tube* —el primer sitio para compartir videos pornográficos amateurs— tiene al menos una población de 10 millones de usuarios. Cfr. *About us* en <http://support.xtube.com/index.php?/Knowledgebase/Article/View/1891/351/about-us> (Consultado el 13 de septiembre de 2013).

temporales y que palian la distancia con su familia a través de videoconferencias por los servicios de *Skype* o *Hangouts*.

Si bien el escritor mexicano Carlos Fuentes describía en su novela *Terra Nostra* como “increíble” el hecho del primer animal que soñó con otro animal, más asombroso fue cuando el hombre que pudo verse en una pantalla, plasmando en la memoria artificial del video su mundo y su ser.

Las familias ha sido parte de ese asombro, al mirar su reflejo en los espejos tecnológicos desde hace más de cuatro décadas en el que el video casero ha tomado su lugar dentro de la realidad de la producción audiovisual, con un lenguaje y estilo propio que se ha construido a partir de la apropiación que se le ha dado dentro del ámbito doméstico.

El video casero es un fenómeno social que implica incluso cuestiones de identidad de un grupo, que lo separa del simple plano técnico del registro de imágenes, para ser una herramienta que construye el sentido y el universo simbólico de la familia.

BIBLIOGRAFÍA CITADA

- ABBE, Don, "Narrative and interface" en LAUREL, Brenda (Ed.). *The art of human-computer interface design*. Massachusetts, Addison-Wesley Pub. Co., 1990, pp. 383-391
- ARMES, Roy. *On video*. Londres: Routledge, 1988, 230 pp.
- AVILA JIMENEZ, Emilio, et al. *El Video en México*. México: SEP-CETE-Grupo Editorial Interlínea, 1995, 197 pp.
- BARCELÓ Villagrán Fernández, José Carlos. *El video digital hacia una democratización del medio*. Tesis de Licenciatura en Comunicación. México, UNAM-FES Acatlán, 2009, 169 pp. (Ilust.)
- BERLO, David Kenneth. *El proceso de la comunicación: Introducción a la teoría y a la práctica*, trad. Silvina González. México, El Ateneo, 1985, 251 pp.
- BETTETINI, Gianfranco, COLOMBO, Fausto, "Tecnología y comunicación" en BETTETINI, Gianfranco (Ed.). *Las nuevas tecnologías de la comunicación*, trad. Juan Carlos Gentile Vitale. Barcelona: Paidós, 1995, pp. 15-39
- CARMONA, Ramón. *Cómo se comenta un texto fílmico*. Madrid, Cátedra, 1991, 323 pp. (Ilust.).
- CEBRIÁN HERREROS, Mariano. *Información audiovisual: concepto, técnica, expresión y aplicaciones*. España: Síntesis, 1998, 524 pp.
- CORSI, Giancarlo, et al., *GLU: Glosario sobre la teoría social de Niklas Luhman*, trad. Miguel Romero Pérez y Carlos Villalobos, Universidad Iberoamericana, México, 1996, 192 pp.
- CROVI DRUETTA, Delia, "Sociedad de la información y el conocimiento. Algunos deslindes imprescindibles" en CROVI DRUETTA, Delia (coord.) *Sociedad de la información y el conocimiento: entre lo falaz y lo posible*. Buenos Aires: La Crujía, 2004, pp. 17-55
- ENGELS, Federico, "El papel del trabajo en el proceso de transformación del mono en hombre" en MARX, Karl, ENGELS, Federico. *Obras escogidas*, 3 V. URSS, Progreso, 1978, pp. 142-154.

-
- El origen de la familia, la propiedad privada y el Estado.* 10ª ed., Madrid, Fundamentos, 1997, 224 pp.
- FERNANDEZ COLLADO, Carlos. *La Comunicación humana en el mundo contemporáneo.* 2 ed., México, McGraw-Hill Interamericana, 2001, 411 pp. (Ilust.)
- FERNÁNDEZ F., José Antonio, “El video de denuncia política debe entrar a la televisión” en FERNÁNDEZ F., José Antonio. *Colección Historias Personales. Entrevistas con Hombres y Mujeres del Micrófono y la Pantalla. Parte II.* México, Creatividad en Imagen S.A. de C.V., 2001, pp. 61-67.
- FIGUEROA DAZA, Jaime Eduardo. *El video en el Distrito Federal: Hacia una trayectoria.* Tesis de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación. México, UNAM-FCPyS, 1992, 245 pp.
- FREUND, Gisele. *La fotografía como documento social*, trad. Josep Elías. Barcelona: G. Gili, 1993, 207 pp.
- GALLARDO CANO, Alejandro. *Curso de teorías de la comunicación.* México: UNAM, 1990, 169 pp.
- GARCÍA CANCLINI, Néstor. “La ciudad de México: cinéfilos y videófilos” en GARCÍA CANCLINI (Coord.). *Los nuevos espectadores: cine, televisión y video en México.* México: Instituto Mexicano de Cinematografía, 1993, pp. 159-168
-
- Néstor. *Diferentes, desiguales y desconectados.* Barcelona: Gedisa, 2006, 223 pp.
- GARCÍA GUZMÁN, Brígida, DE OLIVEIRA, Orlandina. *Las familias en el México Metropolitano: visiones femeninas y masculinas.* México, COLMEX-Centro de Estudios Sociológicos, 2006, 300 pp.
- GIDDENS, Anthony, *Modernidad e identidad del yo*, Editorial Península/Ideas, 1995, 301 pp.
- GODOY ANDRADE, David. *Futuro de la familia mexicana en el umbral del siglo XXI.* Tesis de Licenciatura en Derecho. México, UNAM-Facultad de Derecho, 1998, 163 pp.

- GONZALBO AIZPURU, Pilar, RABELL ROMERO, Cecilia, “La familia en México” en RODRÍGUEZ, Pablo. *La familia en Iberoamérica, 1550-1980*. Colombia, Universidad Externado de Colombia, 2004, pp. 93-126.
- GREEN, Lelia, *Communication technology and society*, Londres, Ed. Sage, 2002, 254 pp.
- GUBERN, Román. *El eros electrónico*. México, Ed. Taurus, 2000, 226 pp.
- _____ *La mirada opulenta: exploración de la iconosfera contemporánea*. Barcelona, G. Gili, 1987, 418 pp.
- CALVELLO, Manuel, “Video y Televisión: Dos instrumentos diferentes” en GUTIÉRREZ, Mario (ed.) *Video, tecnología y comunicación popular*. Lima: IPAL-CROCEVIA, 1989, pp. 99-118.
- Hacia las sociedades del conocimiento*. Mayenne France, UNESCO, 2005, 244 pp.
- HOLTZ, Deborah, “Los públicos del video” en GARCÍA CANCLINI (Coord.). *Los nuevos espectadores: cine, televisión y video en México*. México: Instituto Mexicano de Cinematografía, 1993, pp. 193-221.
- INNIS, Harold, WATSON, Alexander John. *Empire and communication*. Toronto, Ontario, Canadá, Dundurn Press, 2007, 287 pp.
- JELIN, Elizabeth, “Las familias latinoamericanas en el marco de las transformaciones globales” en ARRIAGADA, Irma (Coord.). *Familias y políticas en América Latina. Una historia de desencuentros*. Santiago de Chile, CEPAL-ONU, 2007, pp. 93-123.
- JOWETT, Garath, “Imágenes de largo alcance” en WILLIAMS, Raymond (Ed.). *Historia de la comunicación V. II. De la imprenta a nuestros días*, trad. Daniel Laks. Barcelona, Bosch, p. 183-209
- LINTON, Ralph. “Introducción. La historia natural de la familia” en ANSHEN, Ruth Nanda. *La familia*, trad. Jordi Solftura, 5º ed., Barcelona, Ed. Península, 1978, pp. 5-29.
- LUHMAN, Niklas. *Introducción a la teoría de los sistemas*. México, Universidad Iberoamericana, 1996, 303 pp.
- _____ *La realidad de los medios de masas*, trad. Javier Torres Nafarrete, México, Universidad Iberoamericana, 2000, 179 pp.

- McLUHAN, Marshall. *Understanding the media*. New York: McGraw-Hill, 1964, 392 pp.
- MARTÍN ALGARRA, Manuel. *Teorías de la comunicación: una propuesta*. Madrid: Tecnos (Grupo Anaya S. A.), 2003, 177 pp.
- MARTÍNEZ ABADÍA, José. *Introducción a la tecnología audiovisual*. Televisión, video, radio. Barcelona: Paidós, 1988, 238 pp.
- OBREGÓN MENDOZA, Guillermina. *La comunicación familiar: un diagnóstico en un grupo de adolescentes de la Ciudad de Querétaro*. Tesis de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación. México, UNAM-FCPyS, 2007, 95 pp.
- ONG, Walter. *Orality and literacy: the technologizing of the word*. Routledge, 1988, 201 pp.
- RAMIREZ DÍAZ, Alejandro. *La comunicación en la familia mexicana (se comunican o incomunican) análisis a cinco familias de clase media en la Ciudad de México 1999-2000*. Tesis de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación. México, UNAM-FCPyS, 2002, 152 p.
- RESENDIZ RODRÍGUEZ, Rafael. *Teoría de la imagen*. México, Laboratorio de Infografía e Interactividad (Hyperlab)-FCPyS, 102 pp.
- RESENDIZ ROMERO, José Gilberto. *La Sociología de la familia en México*. Tesis de Licenciatura en Sociología. México, UNAM-FCPyS, 2002, 303 pp.
- RICCI BITTI, Pio E. *La comunicación como proceso social*, trad. Manuel Arbolí. México, Grijalbo-Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, 1990, 290 pp.
- RODRÍGUEZ Gallardo, Adolfo, *Tecnologías de la información y brecha digital en México, 2001-2005*, México, UNAM, 2005, 97 pp.
- ROTA, Joseph, “Las Nuevas Tecnologías de Información: desarrollo, estado actual e implicaciones sociopolíticas y educativas” en ROTA, Joseph, et al. *Tecnología y comunicación*. México, UAM-X-CONEICC, 1986, PP. 9-34.
- SARTORI, Giovanni. *Homo Videns. La sociedad teledirigida*, trad. Ana Díaz Soler. México: Punto de Lectura, 2005, 244 pp.
- SCHRECKER, Paul, “La familia como institución transmisora de la tradición” en ANSHEN, Ruth Nanda. *La familia*, trad. Jordi Solftura, 5º ed., Barcelona, Ed. Península, 1978, pp. 275-296.

- SHANNON, C.E., WEAVER, Warren, *The mathematical theory of communication*, Urbana, Ill., University of Illinois Press, 1998, 117 pp.
- SILVERSTONE, Roger, HIRSCH, Eric (Ed.), *Consuming Technologies: Media and Information in domestic spaces*, Londres-Nueva York, Routledge, 2005, 236 pp.
- THERBORN, Göran, "Familias en el mundo. Historia y futuro en el umbral del siglo XXI" en ARRIAGADA, Irma (Coord.). *Familias y políticas en América Latina. Una historia de desencuentros*. Santiago de Chile, CEPAL-ONU, 2007, pp. 31-61.
- VALENZUELA, José Manuel, "Tijuana: la recepción audiovisual en la frontera" en GARCÍA CANCLINI (Coord.). *Los nuevos espectadores: cine, televisión y video en México*. México: Instituto Mexicano de Cinematografía, 1993, pp. 298-329.
- VITTADINI, Nicoletta, "Comunicar con los nuevos media" en BETTETINI, Gianfranco (Ed.). *Las nuevas tecnologías de la comunicación*, trad. Juan Carlos Gentile Vitale. Barcelona: Paidós, 1995, pp. 103-176.
- WILLIAMS, Raymond, "Introducción" en WILLIAMS, Raymond (Ed.). *Historia de la comunicación V. I. Del lenguaje a la escritura*, trad. Daniel Laks. Barcelona: Bosch, 1992, pp. 19-43.
- _____ "Tecnologías de la comunicación e instituciones sociales" en WILLIAMS, Raymond (Ed.). *Historia de la comunicación V. II. De la imprenta a nuestros días*, trad. Daniel Laks. Barcelona, Bosch, p. 183-209.
- _____ *Television: Technology and cultural form*. London, Routledge, 1990, 164 pp.

HEMEROGRAFÍA

CASAS PÉREZ, María de la Luz, “La identidad nacional en la sociedad de la información” en *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*. UNAM-FCPyS, Año XLV, mayo-agosto de 2002, pp. 35-55.

ONGAY, Mario, “La familia de las clases medias en México” en *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*. UNAM-FCPyS, Año XXV y XXVI, Nueva época, octubre-diciembre de 1979, enero-marzo de 1980 pp. 5-81.

AYALA, Gustavo, ROMERO, Laura, “Conmemoran 150 años de las Leyes de Reforma” en *La Gaceta UNAM*, Número 4,193, 12 de octubre de 2009, p. 7. *Diario oficial de la Federación*. México, D.F., 13 de mayo de 1985.

FUENTES ELECTRÓNICAS

CALDIÑO GARCÍA, Eneas, “Proyecto de facilitación del Tratado de Libre Comercio México y la Unión Europea (PROTLCUEM)”, (en línea) Dirección URL:
http://www.economia.gob.mx/pics/pages/1204_base/EstadInverMexicoUE.pdf, (Consulta: 09 de septiembre de 2013).

“Estudio AMIPCI: Hábitos de los usuarios en internet en México. Resumen ejecutivo. Mayo, 2009” (en línea) Dirección URL:
<http://www.amipci.org.mx/estudios/temp/RESUMENEJECUTIVOEstudioAMIPCI2009UsuariosdeinternetFINAL-0334725001245691260OB.pdf>, (Consulta el 09 de septiembre de 2013).

“Viviendas con videocasetera –ocupantes – 2000 – nacional. Disponibilidad de bienes seleccionados en vivienda y sus ocupantes 2000”, (en línea) Dirección URL:
<http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/espanol/rutinas/ept.asp?t=tnf031&s=est&c=9209>, (Consulta: 09 de septiembre de 2013).

“Usuarios de internet en México 2007. Usos de Nuevas Tecnologías. AMIPCI, A.C.” en

<http://www.amipci.org.mx/estudios/temp/EstudioAmipci2007UsuariosdeInternetenMexicoYUsodeNuevasTecnologias-0774881001231460148OB.pdf>,

(Consulta: 09 de septiembre de 2013).

“Father of the camera phone”, (en línea)

http://weekendamerica.publicradio.org/programs/2007/01/06/father_of_the_camera.html (Consulta: 14 de febrero de 2014)

BIBLIOGRAFÍA CONSULTADA

ANCESCHI, Giovanni, *et al. Videoculturas de fin de siglo*, trad. Anna Giordano.

Madrid: Cátedra, 1989, 182 p

BALCÁZAR GARCILAZO, Ricardo Jesús. *La televisión digital en México 1997-2006: ¿proceso de negociación económica o un desarrollo tecnológico?* Tesis de Maestría en Comunicación. México, UNAM-FCPyS, 2006, 290 pp. (Ilust.)

BASURTO ALVAREZ, Rodolfo. *Tecnologías de información y comunicación y nueva ciudad: como se reformula el sentido de lo urbano y de la ciudadanía; el caso de Hermosillo, Sonora*. Tesis de Maestría en Ciencias de la Comunicación. México, UNAM-FCPyS, 2004, 209 p

BURROWS, Thomas, *et al. Producción de video. Disciplinas y técnicas*. 8º ed., México, Mc Graw-Hill, 2003, 386 pp.

CHILDE, Gordon V. *Los orígenes de la civilización* trad. Elí de Gortari, segunda edición, México: Fondo de Cultura Económica, 1997, 336 pp. (Ilust.)

DIETERICH, Heinz. *Nueva guía para la investigación científica*. México: Planeta, 1997, 236 pp.

FERRÉS i PRATS, Joan, PINA, Bartolomé Antonio. *El vídeo: enseñar vídeo, enseñar con el vídeo*. México, G. Gilli, 1991, 141 pp.

FORD, Aníbal. *Navegaciones: comunicación, cultura y crisis*. Buenos Aires, Amorrortu, 1994, 244 pp.

- FUENTES NAVARRO, Raúl. *Diseño curricular en las escuelas de comunicación*. México, Trillas, 1991, 183 pp.
- GÓMEZ MARTÍNEZ, Yesenia. *La comunicación familiar: taller de comunicación para padres*. Tesis de Licenciatura en Pedagogía. México, UNAM-FFyL, 2007, 100 pp.
- GONZÁLEZ REYNA, Susana. *Manual de investigación documental y redacción*. México: Trillas, 2005, 206 pp.
- GONZÁLEZ TRUJANO, Aidé Marisa. *Las nuevas formas de comunicación a través de Internet*. Tesis de Licenciatura Licenciado en Comunicación y Periodismo. México, UNAM-ENEP Aragón, 2004, 101 p.
- MATTELART, Armand. *Historia de la sociedad de la información*, trad. Gilles Multigner. Barcelona: Paidós, 2002, 193 pp.
- MORAN MORA, Arturo. *El video home y su relación con el actor*. Tesis de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación. México, UNAM-FCPyS, 1999, 131 p.
- PECH SALVADOR, Cynthia Eugenia. *Los discursos de representación en el video hecho por mujeres: estudio de las obras de dos mujeres videastas mexicanas*. Tesis de Maestría en Comunicación. México, UNAM-FCPyS, 2006, 182 p.
- PEREZ DÁVILA, Beatriz. *De la intuición... a la riqueza expresiva del video*. Tesis de Licenciatura en Comunicación. México, UNAM-FES Acatlán, 2006, 209 pp. (Ilust.)
- PICAZO SÁNCHEZ, Leticia. *Una década de video en México, 1980-1989: dependencia extranjera y monopolios nacionales*. Tesis de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación. México, UNAM-FCPyS, 1993, 91 pp.
- QUINTANAR, Aída (Comp.) *Los Usos de las TICs: una mirada multidimensional*. Buenos Aires: Universidad Nacional de General Sarmiento, 2007, 198 pp.
- RODRIGUEZ BAUTISTA, Tomás. *La comunicación: un problema intrafamiliar*. Tesis de Licenciatura en Trabajo Social. México, UNAM-ENTS, 2006, 51 pp.
- ROJAS SORIANO, Raúl. *Guía para realizar investigaciones sociales*. México: UNAM-FCPyS, 1985, 274 pp.

SAFAR, Elizabeth, "Video, cultura nacional y subdesarrollo" en FERNÁNDEZ, Fátima (Coord.). *Video, cultura nacional y subdesarrollo*. México, UNAM-Filmoteca Nacional, 1985, pp. 105-123.

TREJO DELARBRE, Raúl. *Viviendo en el Aleph: la sociedad de la información y sus laberintos*. Barcelona: Gedisa, 2006, 254 pp.