



## Prosumidores: nuevos agentes sociales

América Tonantzin Becerra Romero<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Área de Ciencias Sociales y Humanidades, Universidad Autónoma de Nayarit, México  
americabr01@gmail.com

Los procesos de apropiación de la tecnología han generado cambios en el papel que los jóvenes tenían como audiencias ante los medios de comunicación tradicionales: transitaron de públicos sujetos a las lógicas de producción y difusión establecidas por empresas e instituciones mediáticas, a usuarios interactivos de internet; es decir, son prosumidores (acrónimo de productor y consumidor).

Según los grupos juveniles, las prácticas con los medios son diferenciadas, ya que depende de los roles que juegan, sus intereses y necesidades. En los jóvenes estudiantes universitarios, el empleo de las tecnologías de comunicación e información se ha extendido considerablemente.

En México, en las últimas décadas ha sido notoria la actividad digital de los jóvenes universitarios como prosumidores. Algunas de estas prácticas están asociadas a la cultura, la estética, los sentimientos, los valores, lo cotidiano y cercano; son expresiones de ciudadanía cultural. Otras, impactan de manera directa en el ámbito político, como el Movimiento de Aspirantes Excluidos de la Educación Superior (MAES) y #YoSoy132, los cuales llegaron a ocupar los espacios públicos del país.

Sin embargo, no todos los jóvenes llegan a ser productores de mensajes; por ello, se realizó una investigación para analizar los motivos, recursos y condiciones a partir de los cuales los estudiantes universitarios dejan de ser sólo receptores y se

transforman en creadores y difusores de contenidos, a través de las redes sociales, los *blogs* y sitios *web*. La investigación se llevó a cabo de manera concreta con estudiantes del Área de Ciencias Sociales y Humanidades de la Universidad Autónoma de Nayarit, mediante la aplicación de una encuesta y de entrevistas semiestructuradas.

### Lo que dicen los expertos

De acuerdo con Thompson (2003), desde su invención, los medios de comunicación masiva establecieron una forma específica de relación con los públicos: los espacios de producción y transmisión están limitados a ciertos grupos de la sociedad, en tanto que la mayoría de las personas participan solamente como espectadores. En este tipo de comunicación, los receptores poseen relativamente poca capacidad para determinar los temas y contenidos de la comunicación, no porque sean incapaces de hacerlo, sino porque tienen poco o ningún control de los procesos de producción y transmisión.

Las posibilidades de producción y difusión de mensajes a través de los medios, aumentó gracias al avance en las tecnologías de comunicación e información, especialmente las páginas o sitios *web*, los *blogs* y las redes sociales. Para Manuel Castells (2007) dichas redes están generando nuevas formas de comunicación horizontal, a las cuales denomina *mass self-communication*, que pueden actuar como contra poder frente a los corporativos mediáticos. Esto, gracias a



que ofrecen un medio extraordinario a los movimientos sociales y pronunciamientos individuales para construir autonomías y confrontar las instituciones establecidas.

A partir de las posibilidades de acción e innovación que ofrecen las prácticas de producción de contenidos en línea, algunos autores las insertan en el terreno de la agencia social, ya que el usuario de internet elige entre diversas acciones a realizar. Vilches (2002), indica que el poder de los agentes de la comunicación no está en su habilidad de resistencia o de interpretación con forme a una propia identidad cultural, sino en su capacidad transformadora, la cual no puede ejercitarse en otros medios (como la televisión) porque el poder de la acción supone la competencia para intervenir en el curso de la comunicación.

A diferencia de los adultos, la producción de contenidos en la red es una de las actividades juveniles importantes en términos de desarrollo personal, identidad, expresión y sus consecuencias sociales: participación, capital social y cultura cívica (Livingstone, 2003).

En el caso de los estudiantes universitarios, la apropiación de internet enlaza elementos propios de la juventud y de su rol como estudiantes. Para ellos, la red es una ventana de acceso a todo tipo de información, un lugar donde pueden resolver sus tareas académicas; pero sobre todo, es un espacio de goce y disfrute, de unión con sus grupos de convivencia y de práctica de su independencia y autodeterminación. Al navegar experimentan más oportunidad de elección y acción ante la diversidad de recursos, temas, formatos y enfoques, lo que traducen en mayores posibilidades de libertad. Gracias a ello, internet representa el artilugio que les permite transitar con satisfacción en el mundo juvenil urbano y universitario en que viven.

### ¿Por qué ser prosumidores?

La investigación permitió observar que los jóvenes se convierten en emisores para socializar, compartir sus ideas y expresar sentimientos. Para las personas nacidas después de la década de los 80, la emisión de mensajes es parte del uso común de los recursos de internet, y no existe una separación entre la recepción y emisión. La publicación de contenidos, es una actividad que se hace para complacerse a sí mismas, pero también es para que otros lean, vean y escuchen.

Las redes sociales, los *blogs* y sitios *Web* representan la posibilidad de difundir contenidos con la menor cantidad de censura, o incluso de manera anónima.

La red permite transformar la personalidad de los usuarios, gracias a que la producción de mensajes puede realizarse en entornos privados y sin necesidad de interacción con otros. Los mensajes se crean, modifican o eliminan, y el emisor decide aceptar o no comentarios, lo que da un amplio margen de libertad. Es la ventaja de escribir en un espacio donde los jóvenes pueden explayarse sin temor a burlas o críticas. Como plantea Morduchowicz (2008), la ausencia de imagen física en la mediación electrónica, les permite hablar de sí mismos con mayor autenticidad, evitando la comunicación cara a cara y la valoración de sus pares y familia.

Los jóvenes publican con mayor frecuencia contenidos relacionados con su vida cotidiana: la escuela, los amigos, la familia, los sentimientos, los pasatiempos favoritos y la rutina diaria; en comparación, producen poco sobre temas vinculados a la política. Los estudiantes coincidieron en que su generación conoce la situación general del país, los grupos, los intereses y luchas de poder; sin embargo, a la mayoría no les interesa analizarlos o debatirlos en línea. Quienes lo hacen, consideran que es una responsabilidad social como universitarios, compartir información y dar



a conocer la realidad desde con una visión distinta a la que presentan las empresas de medios de comunicación.

Este tipo de prácticas mediáticas, ponen en evidencia su desilusión y rechazo a las formas tradicionales de hacer política de agentes como el gobierno, los partidos y grupos políticos. En cambio, en internet es posible encontrar creaciones culturales y de apoyo social de los jóvenes universitarios, que exponen su afán por producir expresiones artísticas alternativas, así como su preocupación por problemas como el deterioro del medio ambiente, la violencia de género, los grupos marginados, la pobreza y la inseguridad social.

Lo anterior demuestra que las experiencias de los jóvenes como prosumidores, se generan a partir de sus necesidades e intereses, en los espacios cotidianos y, como indica Winocur (2006), en ellos están presentes los entornos afectivos, laborales, formativos y recreativos, así como los deseos, miedos y aspiraciones.

#### **Las redes son para socializar la vida cotidiana**

Los jóvenes universitarios recurren de manera constante a las redes sociales, *blogs* y sitios *Web*; sin embargo, el empleo de dichos recursos es diversificado, aunque la mayoría se comunica a través de las redes. El uso de uno u otro recurso, depende del contexto en que se desenvuelven, así como del interés o la necesidad que tienen de expresarse.

El uso de las redes es relativamente reciente, ya que más de la mitad de los jóvenes comenzó a usarlas desde hace cinco años o menos. La red social más empleada es *Facebook*, todos los estudiantes tienen, al menos, una cuenta en este espacio; otras redes utilizadas son *Twitter*, *YouTube* y *MySpace*.

No obstante las posibilidades que ofrecen las redes para la publicación de mensajes, el uso más frecuente se orienta a actividades de recepción: leer mensajes, ver fotografías o consultar perfiles de los amigos. La producción y difusión, se efectúa principalmente mediante la redacción de mensajes cortos para entablar conversaciones con otros usuarios, quienes pueden ser personas conocidas presencialmente o sólo en el mundo virtual.

Cabe señalar que, a pesar de que los jóvenes prefieren los formatos audiovisuales, es menor la frecuencia con la que publican o, como ellos dicen, “suben” fotografías o videos a la red. Las fotografías reflejan principalmente situaciones o eventos relacionados con su familia o amigos y, por lo general, fueron tomadas por ellos mismos; los videos en ocasiones, no son producciones propias, sino grabaciones tomadas de sitios de internet, por ejemplo, videos musicales.

Es necesario resaltar que los jóvenes emplean constantemente el término “compartir”, cuando hacen referencia a sus prácticas como emisores. Puede ser parte de la terminología relacionada con el uso de las redes sociales, pero también una perspectiva que va más allá de la simple transmisión de información; es decir, que esta actividad se visualiza como una posibilidad para hacer partícipe a los otros de una situación o de cierta información, implica una cesión gratuita, una especie de donación que se hace para el aprovechamiento común.

Quienes publican contenidos en las redes sociales, lo hacen sobre todo para exponer sus ideas y sentimientos; sólo plantean o discuten problemáticas sociales cuando suceden acontecimientos relevantes locales o nacionales (como la inseguridad social o los procesos electorales).



A pesar de los beneficios que reportan, los jóvenes identifican inconvenientes en el uso de las redes sociales, relacionados sobre todo con la poca privacidad que tienen, ya que se difunde una amplia información sobre su perfil, sus actividades y relaciones sociales; situación que puede llevarlos a diversos problemas como la falta de respeto o de discreción, el robo de identidad en la red o, incluso, facilitar actos delictivos en la realidad.

No obstante, las redes sociales son los espacios predilectos de los jóvenes para mantenerse en contacto, y de hecho, constituyen uno de los soportes de sus formas de socialización. Si bien el uso de una computadora podría implicar una práctica individualizada que los aísla del entorno social, el acceso a internet y a las redes sociales, lejos de marginarlos, potencializa sus posibilidades para establecer vínculos. Como señala Winocur (2006), el contacto social que establecen en forma digital, no reemplaza al que tienen en la vida real, sino que lo amplía y diversifica.

La apropiación que hacen los jóvenes de este recurso, tiene la finalidad de mantenerlos “conectados” socialmente aún en la distancia; como una especie de línea de vida a la cual se mantienen sujetos a través de la recepción y publicación de mensajes.

A diferencia de *Facebook*, el uso de *YouTube* para difundir contenidos creados por los jóvenes, es escaso, debido a que este espacio se orienta a producciones audiovisuales lo cual requiere de conocimientos, habilidades y recursos adicionales, en comparación con la simple redacción de mensajes de texto.

Quienes publican en *YouTube* señalan que existen diferencias importantes entre estas redes: mientras que en *Facebook* se dedican a conversar sobre temas en

general, los videos que “suben” abordan temas específicos. Las producciones reflejan actividades, gustos o pasatiempos particulares y, por lo mismo, se dirigen a usuarios con intereses afines. Como señala Duncum (2011), en lugar de limitarse a consumir los contenidos de los medios, estos jóvenes participan en los intercambios culturales como productores, lo cual promueve la creación de producciones de compañeros aficionados, con motivaciones similares.

*YouTube* constituye un espacio para abrir camino a intereses específicos, esos que difícilmente podrían ser atendidos de otra manera, ya sea en la vida real o con otros recursos de comunicación. El lenguaje audiovisual se convierte en el medio de expresión ideal, para manifestarse públicamente. En algunos casos, se trata de mostrarse a sí mismos, o de exponer situaciones específicas; en otros, se busca crear contenidos audiovisuales a partir de una idea o de un tema de interés. Así, fue posible ubicar videos musicales caseros, adaptaciones de obras literarias e incluso, canales con producciones de *beatboxers* y de colectivos culturales dedicados a la creación de documentales sobre los problemas de la comunidad.

El deseo de crear y difundir, obliga a los jóvenes a solventar las limitantes, sobre todo la falta de recursos técnicos adecuados para la producción audiovisual. En este caso, la apropiación de *YouTube* está ligada a la posibilidad de hacerse visibles en la sociedad, como creadores.

#### **Los blogs: recurso poderoso, aunque poco populares**

Al igual que sucede en *YouTube*, la creación y mantenimiento de *blogs* no es una actividad frecuente en los jóvenes. Pese a ello, quienes los usan, han encontrado un espacio de amplia libertad de expresión. Los *blogs* son diseñados de manera individual según los gustos e intereses



personales, y pueden incluir diversos recursos técnicos como radio, *podcasts* o *Chat*. Los *blogs* personales, son espacios creados al gusto de los jóvenes, en donde quedan plasmadas las ideas o reflexiones que tienen día a día. Esta práctica, responde principalmente a la necesidad de escribir parte de lo que es su vida, y no siempre esperan comentarios o retroalimentación. Cardoso (2008), señala que con frecuencia en los *blogs* se presenta una especie de “autismo electrónico”, ya que se crean más para los propios autores que con fines de interacción con otros usuarios.

Otros *blogs* se orientan a los temas o pasatiempos favoritos de los jóvenes como deportes, arte, literatura o música; es decir, son espacios de creación según sus roles sociales. En ellos manifiestan su opinión sobre la actividad académica, muestran su manera de hacer poesía, el interés por compartir expresiones musicales distintas a la comercial o simplemente narrar su vida diaria; es decir, los contenidos tienen que ver con lo cotidiano, cercano y que influye en sus afectividades. Algunas veces, sus intereses se centran en la colonia, el barrio, la comunidad donde habitan o la universidad.

Los temas de análisis político son poco abordados; quienes lo hacen, son jóvenes vinculados a actividades o instituciones políticas o sociales, y que han encontrado en la red un recurso para difundir y promover sus ideales. Este tipo de *blogs* se generan de manera grupal con amigos o compañeros afines, o son espacios creados para organizaciones concretas, como los partidos políticos interesados en difundir sus objetivos, organización y actividades.

Para los jóvenes, una ventaja de los *blogs* está en la facilidad que ofrecen en su diseño y en la difusión de contenidos. En las redes sociales, la estructura depende de los propietarios del dominio, por lo que los

usuarios tienen pocas opciones para modificarlos; en contraste, la creación de los *blogs* está totalmente a cargo de los usuarios.

Algunos estudiantes han encontrado en los *blogs* espacios de amplia libertad de expresión. Son espacios diseñados según los gustos e intereses personales, y llegan a constituir una especie de albergue o refugio, donde vierten sus pensamientos y vivencias, y pueden tener controles de acceso para permitir o no la réplica. Estas posibilidades, se traducen en oportunidades de manipulación y de ejercicio de poder; aquí actúan con desahogo y se liberan de las ataduras o restricciones que les impone la familia, la escuela, la sociedad o cualquier figura de autoridad. De esta manera internet constituye un espacio de afirmación de la autonomía de los jóvenes, no obstante, como indica Winocur (2006), sean cuotas de poder limitadas, debido a que se circunscriben al mundo virtual.

Aunque los *blogs* tienen un amplio potencial como espacios de creación y difusión, tienen condicionantes en su uso, como la exigencia de aprender a construirlos, saber incorporar los recursos técnicos necesarios, crear diseños atractivos y mantenerlos actualizados. Además, los jóvenes reconocen que el empleo de los *blogs* ha disminuido a partir de la popularidad de las redes sociales.

### **Sitios Web: un recurso para el análisis social**

La creación de páginas o sitios *Web* es la práctica menos empleada por los jóvenes para la producción y difusión de contenidos. Estos espacios se generan de manera grupal, entre amigos, a fin de tratar de mantenerlos actualizados y con una variedad de recursos e información que los hagan atractivos.



La investigación mostró que, a diferencia de las redes sociales, los temas que se tratan en los sitios *Web* se orientan a informar y opinar sobre problemas sociales o temas políticos. El interés, por lo general, es ofrecer espacios de información alternativos a los medios de comunicación (sobre todo a los periódicos impresos y en línea), pero sin compromisos políticos. El espacio en línea, permite evitar la inversión económica que las publicaciones impresas requieren, sobre todo en la producción y difusión del material. Por lo general, estos proyectos (como revistas o periódicos estudiantiles impresos) reciben poco o ningún apoyo institucional, por lo que su duración suele ser corta.

Además de los conocimientos sobre redacción de notas periodísticas y de artículos de opinión, los sitios *Web* demandan conocimientos técnicos para su creación, diseño y mantenimiento, además de los recursos económicos y técnicos (*hardware* y *software*) correspondientes. Asimismo, se agrega la necesidad de incorporar recursos humanos que contribuyan al proyecto.

La producción y difusión en sitios *Web* responden a temas o intereses más profundos que los tratados en las redes sociales o en *blogs*. Estas experiencias de apropiación de los medios, se acercan a lo que Castells (2007) plantea como espacios de contra poder frente a los corporativos mediáticos. Su complejidad demanda mayor cantidad de recursos de todo tipo; no obstante, en ocasiones la inquietud de los jóvenes llega a ser mayor, y las limitaciones se observan como parte del reto a vencer.

### Conclusiones

La investigación pone en evidencia que la juventud actual está generando nuevas formas de expresión y manifestación social. Las prácticas como prosumidores en redes sociales, *blogs* y sitios *web*, se vincula más

a su condición de jóvenes que a su rol de estudiantes; de ahí que sus producciones reflejen su interés en áreas como las afectividades, la cultura, las artes o problemas sociales, y a la vez denotan su desencanto por la política. Como señala José Antonio Pérez (2003), ahora los jóvenes se adscriben a múltiples identidades que les permiten construir ciudadanías culturales que van más allá de lo político y lo civil. En este sentido, difundir en la red contenidos sobre aspectos afines a sus preocupaciones y existencia cotidiana, es una forma de expresión y manifestación pública, independientemente de los temas que aborden o que incluso, no correspondan al ámbito político.

Son acciones intencionadas, de las cuales pueden dar cuenta los propios jóvenes como actores; ellos conocen los motivos que las generan, las condiciones en las que se realizan y tienen idea de la forma como los demás pueden reaccionar, elementos propios de la agencia social.

Además, estas prácticas constituyen un cambio en la relación que los usuarios establecen con los medios tradicionales, donde los usuarios son meros espectadores. Los distintos procesos de apropiación de la tecnología, permiten que algunos jóvenes sean también emisores de contenidos. En este contexto, internet representa un bien preciado para convertirse en prosumidores, expresarse públicamente y hacerse visibles en la sociedad.

Aunque los jóvenes no tengan el propósito explícito, sus acciones están generando cambios en las formas de interacción social. Como indica Luis Ortiz (1999), la agencia se define en términos de la capacidad que el actor tiene de hacer cosas y no como la intención que tiene de hacerlas; el sentido de las acciones no proviene solamente de la intención



subjetiva del agente, sino de la vinculación que guardan con el sistema de relaciones sociales en el que se inscriben.

En resumen, en el campo de la comunicación social las prácticas de los jóvenes como prosumidores, plantea un

nuevo posicionamiento de los usuarios en el juego que se establece con los medios como instituciones sociales y en las relaciones de poder que se crean entre ellos. No obstante, en el devenir histórico estas prácticas aún son incipientes, por lo que su verdadera trascendencia sólo se podrá observar en el futuro.

## Referencias

- Cardoso, G. (2008): "From mass to network communication: communication models and the informational society". *International journal of communication*, 2, 587-639. (<http://ijoc.org/ojs/index.php/ijoc/article/view/19/178>) (18/05/ 2009).
- Castells, M. (2007): "Communication, power and counter-power en the network society". *International journal of communication*, 1, 238-266. (<http://ijoc.org/ojs/index.php/ijoc/article/view/46/35>) (18/mayo/2009).
- Duncum, P. (2011). "Youth on YouTube: Prosumers in a Peer-to-Peer Participatory Culture". *The International Journal of Arts Education*, 9, 24-39. ([http://ed.arte.gov.tw/uploadfile/periodical/3052\\_9-2-p.24-39.pdf](http://ed.arte.gov.tw/uploadfile/periodical/3052_9-2-p.24-39.pdf)) (18/05/2012).
- Livingstone, S. (2003): "The changing nature and uses of media literacy". *MEDIA@LSE Electronic Working Papers*, 4, ([http://www.lse.ac.uk/collections/media@lse/pdf/Media@lseEWP4\\_july03.pdf](http://www.lse.ac.uk/collections/media@lse/pdf/Media@lseEWP4_july03.pdf)) (25/06/ 2009).
- Morduchowicz, R. (2008). *Generación multimedia. Significados, consumos y prácticas culturales de los jóvenes*. Paidós. Argentina.
- Ortiz, L. (1999) "Acción, significado y estructura en la teoría de A. Giddens". *Convergencia*, 20, 57-84. (<http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/pdf/105/10502002.pdf>) (10/08/2013).
- Pérez, J. (2003). "10 mitos y realidades sobre la participación juvenil". *Revista Trabajo Social*, 7, 16-23. (<http://www.cesu.unam.mx/iresie/Revistas/REVISTAS/MX/TRASOC/2003/N7A2003/MX.TRASOC.2003.N7.P16-23.PDF>) (10/10/2013)
- Thompson, J. (2003). *Los media y la modernidad. Una teoría de los medios de comunicación*. España. Paidós.
- Vilches, L. (2002): "De la gratificación al uso social de la red", *Versión. Estudios de comunicación y política*.12. México. Universidad Autónoma Metropolitana. 15-40.
- Winocur, R. (2006): "Internet en la vida cotidiana de los jóvenes". *Revista mexicana de sociología*, 68. México. UNAM, 551-580.