



La configuración del ciudadano prosumidor en la sociedad hipermediada¹

Manipulación digital de “Edificios De Gran Altura Durante La Noche Foto” / www.pexels.com

Recibido: 23-02-2022

Rocío Márquez Romero²

Aprobado: 30-03-2022

Universidad de Los Andes, Táchira, Venezuela

rociodinor@gmail.com

Resumen: En la sociedad hipermediada tienen lugar nuevas formas de producción y comunicación; y por tanto el uso de la información y el conocimiento como materia prima. Asimismo, en esta sociedad se construye una nueva subjetividad, que se consolida a partir de la hipermediación y de las relaciones que genera. El prosumidor —productor y consumidor de información— se convierte así en el actor protagonista de la era digital. Considerando lo anterior, este estudio utiliza la técnica de investigación documental y propone la configuración de un ciudadano prosumidor. Para ello, extrapola a la comunicación los planteamientos de Del Búfalo (1997) sobre las relaciones mercantiles, y reflexiona sobre el ciudadano prosumidor como un “individuo soberano” que se apropia de la información y articula los medios para generar nueva información y experiencias. A partir de ello, concluye que el ciudadano prosumidor es un individuo tecnológico que establece relaciones entre iguales al comunicarse, a pesar de desenvolverse en medio de relaciones despóticas. Por ende, es un actor de la comunicación; soberano, no en la medida en que escapa de las relaciones de poder, sino a pesar de esas relaciones.

Palabras claves: ciudadano prosumidor; comunicación digital; sociedad hipermediada; hipermediación; relaciones despóticas; relaciones mercantiles.

¹El artículo es el resultado parcial de la Tesis Doctoral “Comunicación del ciudadano prosumidor con los gobiernos locales a partir de la hipermediación en Twitter®. Caso: Cuentas de Twitter® de las alcaldías del estado Táchira” y del Proyecto de Investigación titulado: “La configuración del ciudadano prosumidor. De las relaciones despóticas a las relaciones de intercambio” aprobado por el Grupo de Investigación Bordes con el código GRUINBO-01- 2021 de fecha 12-11-2021.

²Profesora de la Universidad de Los Andes, Núcleo Dr. Pedro Rincón Gutiérrez, Táchira, en la Escuela de Comunicación Social y en la Especialización Periodismo en Medios Digitales. Miembro del Grupo de investigación Comunicación, Cultura y Sociedad adscrito a la Universidad de Los Andes. Licenciada en Comunicación Social (ULA), Magíster en Ciencias de la Comunicación mención Gerencia de la Comunicación (LUZ), y Candidata a Doctora en el programa doctoral en Ciencias Humanas de la Universidad de Los Andes, Venezuela. ORCID: 0000-0003-1306-2692.

Configuration of the prosumer citizen in the hypermediated society

Abstract: In the hypermediated society, new forms of production and communication take place, and, therefore, so does the use of information and knowledge as raw material. Likewise, in this society a new subjectivity is constructed, which is consolidated on the basis of hypermediation and the relationships it generates. The prosumer —i. e. producer and consumer of information— thus becomes the protagonist of the digital era. Considering the above, this study uses the documentary research technique and proposes the configuration of a prosumer citizen. To this end, it extrapolates the approaches of Del Búfalo (1997) on mercantile relations to communication, and reflects on the prosumer citizen as a “sovereign individual” who appropriates information and articulates the media to generate new information and experiences. From this, he concludes that the prosumer citizen is a technological individual who establishes relationships among equals by communicating, despite coping despotic relationships. Therefore, he is an actor of communication, sovereign not to the extent that he escapes from power relations, but in spite of those relations.

Keywords: prosumer citizen; digital communication; hypermediated society; hypermediation; despotic relations; mercantile relations.

1. Introducción

No cabe duda de que, en la sociedad actual, estamos hiperconectados, y de que esa hiperconexión influye en nuestras relaciones. La relación del usuario con el medio, la relación del usuario con el contenido, la relación del usuario con otros usuarios. Incluso la relación del usuario con el tiempo y el espacio.

Este conjunto de relaciones, que tienen lugar simultáneamente, da paso a los hábitos e innovaciones en la cotidianidad, pero también altera la subjetividad. En otras palabras, construye una nueva subjetividad modificada continuamente por las interacciones establecidas. Esto se debe a que, como afirma Del Búfalo (1997), “la subjetividad [...] tiene su génesis material en aquellos procesos que denominamos prácticas sociales que son procesos socializadores por excelencia” (p. 17); o, en otras palabras, en el espacio que forman la red de prácticas sociales que relacionan a los humanos entre sí.

El presente trabajo parte de este planteamiento, y reflexiona sobre una nueva subjetividad: la del ciudadano prosumidor.

De esta manera, lo caracteriza a partir de tres consideraciones:

- 1) por su relación con el Estado,
- 2) por su relación con la tecnología,
- 3) por su papel como intercambiante.

Sin embargo, aunque todas las caracterizaciones son necesarias para entender la subjetividad del ciudadano prosumidor, se destaca la tercera, por ser la más novedosa.

En este sentido, se utiliza la técnica de investigación documental para hacer una discusión teórica basada en los planteamientos de Del Búfalo (1997), Desiato (1998) y Valdettaro (2015); y se propone que el ciudadano prosumidor es un intercambiante y que, por lo tanto, las relaciones de intercambio que sostiene son relaciones entre iguales. De esta manera, extrapolamos a la comunicación los planteamientos de Del Búfalo (1997) sobre las relaciones mercantiles, para reflexionar sobre el ciudadano prosumidor como un “individuo soberano” que se apropia de la información y articula los medios para generar nueva información y novedosas experiencias.

2. Metodología

El estudio se basa en la técnica de investigación documental, dado que es una técnica de investigación cualitativa útil para organizar, seleccionar y recopilar información de la literatura especializada.

3. Discusión teórica

3.1 La configuración del ciudadano prosumidor

La serie de interacciones que se produce y se reproducen en la sociedad hipermediada, da cuenta de una multiplicidad de medios y formas de comunicación. Asimismo, de nuevos sistemas de intercambio simbólico que reconfiguran la realidad social.

En este espacio comunicativo en el que las redes tejen nuevas formas de relacionarse y se generan nuevas maneras de hacer las cosas, es el prosumidor —como productor y consumidor al mismo tiempo— quien inventa y reinventa los usos de las tecnologías, y protagoniza los procesos de transformación social.

3.2 ¿Cómo se configura el ciudadano prosumidor?

La primera relación que podríamos señalar para responder esta pregunta es la relación del hombre con el Estado. Dicha relación forma parte de las relaciones despóticas. Por lo cual implica una estructura vertical.

Sin embargo, es necesario responder ¿qué es el Estado? Del Búfalo (1997) lo define como “el conjunto de instituciones y funciones que están siempre motivadas por el interés público, entendiendo por público aquello que concierne a la comunidad como un todo sin diferencia de partes” (p. 51). En este sentido, la comunidad se consolida en lo público; por lo cual el Estado

es la negación de lo privado³, lo que hace posible la comunidad, dice Del Búfalo. Y agrega: “El Estado es, pues, siempre el lugar donde la comunidad se manifiesta, donde [...] la multitud se constituye en sociedad” (p. 51).

Del Búfalo afirma que la palabra *estado* es usada por primera vez por Maquiavelo⁴ para señalar una realidad distinta a la pura estructura despótica de la sociedad.



Fragmento de Retrato de Nicolás Maquiavelo por Santi di Tito / www.kurir.rs

El soberano sigue siendo un príncipe, pero este ya no es el único individuo de derecho, sino uno entre muchos el cual, apropiándose del Estado, personifica la soberanía social. En otras palabras, la soberanía como potencia de la sociedad ya no se concibe como un atributo natural del cuerpo del déspota... El Estado es la soberanía social apropiable por un individuo en una sociedad de individuos soberanos. [...] Por lo tanto, si nos atenemos al significado que le otorgó el contexto social en el momento histórico en que surgió la palabra Estado, debemos concluir que tan solo existe Estado en una sociedad de individuos soberanos, aunque estos individuos estén sometidos a un régimen autoritario o totalitario. (Del Búfalo, 1997, p. 52)

De esta forma, “El Estado nace con la sociedad moderna y es producto de las prácticas sociales que la configuran” (p. 52). Por ende, el escritor señala que el Estado “solo es aplicable a sociedades como la moderna donde las prácticas sociales despóticas se entrecruzan con las prácticas sociales mercantiles que producen la figura del individuo soberano” (pp. 53-54). Siguiendo a Del Búfalo, son esas prácticas mercantiles las que conceden al intercambiante una plenitud social.

³Según Hermann Heller (1971), la evolución que se llevó a cabo desde la organización feudal hacia el Estado moderno “consistió en que los medios reales de autoridad y administración, que eran posesión privada, se convierten en propiedad pública y en que el poder de mando que se venía ejerciendo como un derecho del sujeto se expropia en beneficio del príncipe absoluto primero y luego del Estado” (p. 146).

⁴Como explica Heller (Op. cit. p. 145), “los orígenes propiamente dichos del Estado moderno y de las ideas que a él corresponden hay que buscarlos... en las ciudades-repúblicas de la Italia septentrional en el renacimiento. De Florencia era Nicolás Maquiavelo, cuyo *Príncipe* introduce en la literatura el término *lo stato* para designar el nuevo *status* político”.

Aparece entonces el ciudadano libre, jurídica y políticamente igual, el hombre racional sujeto de conocimiento que se aloja en el mismo cuerpo del intercambiante para formar al individuo. [...] Como individuo soberano implica que habla y piensa según las reglas de la razón, es dueño de su cuerpo, y se pone frente al Estado como sujeto libre, que obedece las leyes y sufre un castigo por su quebrantamiento, es moralmente responsable de sus actos — y solo de sus actos, de los cuales responde tan sólo a su conciencia y como agente económico toma decisiones libres de acuerdo a las reglas del mercado. (p. 55)

Por consiguiente, es el intercambiante el que da paso al ciudadano. Es decir, el ciudadano y el individuo soberano son la misma persona, solo que con otra conciencia. Por ello, el ciudadano se configura como tal, en la medida en que se hace consciente y reconoce su individualidad. Se asemeja así, al “individuo como valor” que describe Massimo Desiato (1998), o “individuo-en-el-mundo”. El autor sostiene que:

El individuo en el mundo termina pareciéndose cada vez más a la enunciación que Descartes hiciera del sujeto: la interioridad prevalece sobre la exterioridad. El individuo como valor es menos un cuerpo que una conciencia, un “yo pienso” [...]. Su ser se encuentra en el pensamiento y en la enunciación. (p. 36)

De esta forma, el valor procede del hecho de ser individuo con conciencia. “Ni la comunidad ni Dios lo fundamentan, el individuo como valor se autofundamenta” (Loc. cit.), porque se convierte en el centro de la decisión, de donde se origina el principio de la igualdad. “Al descubrir que la voz de la conciencia no es la voz de Dios, sino la voz de otros hombres iguales a él [...], el individuo se percibe libre de cualquier atadura” (Ídem). Entonces, se da cuenta de que es un individuo de derecho. Así, en esta ilación, un individuo soberano es ciudadano en tanto se reconoce como igual a otro; y, además, comprende que tiene derechos, y por encima de ellos el derecho a participar del Estado. Aun cuando entenderlo implica que, como ciudadano también tiene deberes, porque “el individuo en el mundo es un sujeto político, un ciudadano que no está solo sujeto al dominio de su gobernante, sino que puede en cualquier momento modificar las relaciones de poder, obrar de vuelta y ser activo” (Desiato, 1998, p. 35). De esta manera, es un producto social. “El valor le viene dado desde fuera, desde los procesos sociales en su concreción histórica [...]. Su mismidad se desarrolla [...] como resultado de sus relaciones sociales” (p. 40).

Así, para llegar a un concepto de **ciudadano prosumidor** hay que partir de esa premisa. También hay que considerar otras más. Ciertamente, los avances tecnológicos no pueden considerarse un elemento externo de esa subjetividad. Son parte de ella. Veamos por qué.

El aumento de la complejidad del sistema de medios hace más compleja la producción y transmisión de información. Esto plantea nuevos escenarios debido a los cambios de las relaciones mismas entre los actores

(prosumidores) de la comunicación. Por ende, lo nuevo, como afirman Álvarez y Botero (2015, p. 15) no es el uso de la tecnología en sí, sino la posibilidad de abrir canales de comunicación más directos para acercar a los seres humanos. Es una nueva forma de mediación y remediación que afecta, sin duda alguna, los esquemas tradicionales de representación. De allí que se producen otras maneras de concebir a los actores y las relaciones que sostienen entre ellos.

Señala Lastra (2015) que “el cuándo, dónde y cómo se reproduce un contenido, se ha convertido en una elección personal del espectador [...]. Este mismo espectador ha modificado su comportamiento respecto al contenido que consume, llegando a convertirse en una persona multitarea” (p. 74): búsqueda de contenidos, emisión de opiniones y valoraciones, distribución de contenidos a otros prosumidores, e incluso creación o producción de contenidos propios. Sampayo-Novoa y Domínguez-Fernández (2017) aseguran que, en este escenario, “los medios de comunicación, las redes sociales y las tecnologías emergentes crean (refuerzan y ocultan) actitudes sociales y críticas respecto a la realidad” (p. 2). Por ello, plantean como reto avanzar desde la educación y los medios de comunicación hacia una “nueva e-generación de ciudadanía más crítica” (p.2).



Foto: Darlene Alderson
www.pexels.com

Esta influencia de la tecnología constituye la segunda premisa que debemos tener presente al intentar definir al ciudadano prosumidor, puesto que al hablar de ciudadano prosumidor nos referimos expresamente a un ciudadano en relación con las tecnologías de información y comunicación. Así que, para pensar en la configuración de la subjetividad del ciudadano prosumidor, es necesario comprenderlo como actor de distintas modalidades de producción, consumo e intercambio de información; por tanto, productor de sentido a través de medios tecnológicos. García-Ruiz, Ramírez-García y Rodríguez-Rosell (2014) lo denominan un “prosumidor tecnológico” (p. 16). En este orden de ideas, Sánchez y Contreras (2012) señalan:

Ser prosumidor, en el sentido digital, es ser un ciudadano en el entorno 2.0, capaz de producir y de consumir información. Para ello utiliza el conjunto creciente de herramientas multimedia que le permiten expresarse y compartir con la ciudadanía del ciberespacio. (p. 81)

En concordancia con esta idea, Medina-Vicent (2017) destaca dos rasgos importantes en los nuevos usuarios de los medios: “El interés y capacidad de crear contenidos y

consumirlos, así como la capacidad de influir en los procesos económicos y políticos” (p. 21). Lo cual constituye una realidad que plantea la reformulación del modelo comunicativo, “que no puede actuar de espaldas al público” (p. 21). Esto quiere decir que los prosumidores no guardan relación con los receptores pasivos y aislados de los que se hablaba en el pasado, “sino con otros dispuestos a participar” (p. 21).

Estos rasgos que definen al prosumidor, y con los cuales intentamos caracterizar al ciudadano prosumidor, necesariamente influyen en el ecosistema comunicativo. Dado que, al modificarse el papel de uno de los actores se transforman las relaciones que establece, e incide a su vez sobre los otros actores. Por ende, ¿dónde comienza o termina el emisor y el receptor en este contexto? El prosumidor desaparece los límites entre cada rol y resignifica la realidad comunicativa.

3.3 De las relaciones despóticas a las relaciones de intercambio

Los argumentos anteriores nos conducen a otra de las premisas necesarias para definir al ciudadano prosumidor: La necesidad de comprender a la comunicación como mercado. Es decir, como “ámbito de producción, circulación y consumo de bienes simbólicos” (Valdettaro, 2015, p. 14), en el cual destaca la “capacidad comunicativa inherente a la especie como principal fuerza productiva” (p. 14).

Ahora, esa producción, consumo e intercambio de información conlleva no sólo la visión de la comunicación como mercado simbólico. También “supone un enfoque diferente de comprender los mercados, de dar y recibir” (Sánchez y Contreras, 2012, p. 67); una nueva noción de mercado en plena mutación, o un nuevo mercado. Se trata de la aparición de “un espacio de transacción cualitativamente distinto, en el que los roles respectivos de los consumidores, los productores y los intermediarios, se transforman profundamente” (Levy, 1999, p. 48).

Siguiendo a Valdettaro, esta nueva concepción de mercado se refiere al intercambio de bienes, “no sólo desde un punto de vista económico, sino en el sentido más general de circulación de toda una cadena de valores agregados, simbólicos —los llamados ‘intangibles’” (p. 15).

Medina-Vicent (2017) insiste en que se debe reconocer que en el mercado de la comunicación hay nuevas audiencias que actúan como productoras y consumidoras de contenidos, gracias a las oportunidades que otorga el escenario tecnológico para que los ciudadanos influyan tanto en los procesos políticos como empresariales. “La práctica de monitorización de la actividad política es un claro ejemplo del papel activo que toma el público, y esto no se puede obviar” (p. 21), pues tal como afirma Medina-Vicent, influye en los procesos de consumo y en la forma como la gente se relaciona con las

organizaciones.

“El acto puro de cambio define las reglas propias de una práctica social específica de transferencia de bienes” (Del Búfalo, 1997, p. 55). Mas, ese intercambio aporta los valores agregados en el mercado de la comunicación. Las modificaciones que ocurren en las relaciones y los actores del proceso comunicativo. Pero también los posibles cambios sociales que puedan generarse en el contexto en cual se produce el intercambio simbólico.

Una de esas modificaciones tiene que ver con el paso de las relaciones despóticas a las relaciones mercantiles en la comunicación. Para ver esto con mayor claridad, podemos recurrir a Del Búfalo (1997, p. 54), quien explica “la génesis mercantil de la igualdad”:

El mercado como conjunto de las prácticas sociales, regidas por el acto de intercambio mercantil, es el lugar genético del concepto de igualdad. En efecto, la igualdad como *equi-valencia* formal surge antes que nada de la acción práctica de los sujetos sociales que protagonizan el acto puro de intercambio mercantil. Esta igualdad es formal en sentido estricto, pues atañe a una figura social: el *intercambiante*; y a una regla socialmente constituida que se aplica al mundo heterogéneo de las cosas que es el *acto puro de intercambio mercantil*. Este se rige por la ecuación de cambio expresada por la fórmula:

$$XA = y B$$

Esta ecuación postula necesariamente la igualdad formal de los intercambiantes en tanto que propietarios privados de la cosa **A** y de la cosa **B**, respectivamente. En efecto, la ecuación mide la transferencia recíproca de **A** y **B** bajo la condición de que el valor de la propiedad de cada intercambiante no se vea alterada [...]. La cosa **A** pasa del ámbito de propiedad del intercambiante *a* al del intercambiante *b*, al tiempo que la cosa **B** pasa de *b* al intercambiante *a*. [...] El cambio se produce entre las cosas, mientras los intercambiantes se reconocen como formalmente iguales y por eso se entregan igual valor por igual valor. (p. 54)

Así pues, si entendemos a la comunicación como mercado, o conjuntos de prácticas sociales mercantiles, según lo describe Del Búfalo, también es de considerar la equivalencia de los individuos intercambiantes (prosumidores) que transfieren o intercambian, en este caso, información o experiencias. Igualmente, no solo tiene valor la información, también la capacidad para compartir y transformar esa información que aumenta con la amplificación de las conexiones y enlaces. En palabras de Levine, Locke, Searls y Weinberger (2000, p. 6), los hiperenlaces socavan las jerarquías.

Esta visión modifica el contexto comunicativo en el cual actúa el prosumidor. Por supuesto, se sigue desarrollando en medio de relaciones despóticas, pero respecto de la información que intercambia es un individuo, o como dice Del Búfalo, un “propietario privado” (p. 76).

De esta manera la relación despótica entre emisor y receptor adquiere rasgos mercantiles, que influyen en la estructura social donde el prosumidor desarrolla su papel como actor.

Por otro lado, para Levy (1999), es en la relación del hombre con el objeto donde se suspenden las relaciones de depredación, de apropiación y de poder. Pues, aunque en el ciberespacio estas relaciones se reactivan a gran escala, “En su entorno, este tipo de relaciones se suspende momentáneamente” (p. 105). Ello tiene que ver con que el objeto sostiene lo virtual, explica Levy, debido a su desterritorialización; a su paso de lo privado a lo público y de lo local a lo global, recíprocamente. El objeto se actualiza permanentemente en procesos sociales, o actos, o afectos, en nuevas experiencias.

3.4 Definición del ciudadano prosumidor

Teniendo presentes estas premisas, proponemos definir al **ciudadano prosumidor** como un individuo que comprende su individualidad y por tanto la importancia de la información que maneja. Que se inserta en el acto comunicativo de manera voluntaria y libre, consciente de su derecho a participar, por lo cual tiene la voluntad y el interés de hacerlo. Para ello usa las oportunidades que ofrece la tecnología, con el fin de buscar, consumir, compartir y producir información. Es decir, es un individuo tecnológico que establece relaciones entre iguales al comunicarse; a pesar de desenvolverse en medio de relaciones personales y despóticas. Por ende, es un actor de la comunicación.

Es en la comunicación, como conjunto de prácticas mercantiles, donde el ciudadano prosumidor configura su subjetividad. Por tanto, asumir ese rol le va otorgando “plenitud social” (Del Búfalo, 1997, p. 55). Pero también la misma relación del prosumidor con el objeto contribuye a la construcción de su identidad⁵. Una relación que implica precisamente búsqueda de información, consumo, producción, intercambio. O sea, el prosumo. También se manifiesta en las redes de colaboración.

El sujeto de la comunicación en el entorno digital, base para la sociedad del conocimiento, se constituye en las prácticas de producción social de conocimiento; que dichas prácticas están mediadas a su vez, tanto por el empleo pragmático de medios como por el diseño e implementación de estrategias para la formulación en el lenguaje (en el eje de la dinámica de espacialización del tiempo/temporalización del espacio); que en virtud del ejercicio de las prácticas se puede construir dialógicamente conocimiento, pero también comunidad donde este pueda tener valor; por tanto, el sujeto puede practicar la democracia deliberativa en la constitución de comunidades de habla, y autonomizarse dentro de multitudes, como productor de conocimiento, constituyendo identidades en los espacios de intercambio (públicos) a partir del orden de lo intercambiado: poder (infocidadano) o mercancías (prosumidor), principalmente. (Delgado-Flores, 2019, p. 36)

⁵Castells (2003) entiende por identidad “la fuente de **sentido** y experiencia para la gente” (p. 34), definiendo sentido como “la identificación simbólica que realiza un actor social del objetivo de su acción” (p. 35). La construcción de la identidad del prosumidor puede ubicarse en la **identidad proyecto** según la clasificación que propone el autor, debido a que redefine su posición como actor de la sociedad, y al hacerlo provoca una transformación de la estructura social.

De allí que el ciudadano prosumidor construye su subjetividad en la medida en que asume su papel como “intercambiante” (p. 56) en la comunicación. Nuevamente, extrapolando el planteamiento de Del Búfalo, el ciudadano prosumidor establece una relación entre iguales en el acto comunicativo, sujeto a sujeto; y en la medida que mantiene su relación con el objeto. “Esto es así incluso cuando permanece atado a toda una serie de relaciones sociales diferentes que determinan su vida” ... En ese momento —aunque sea tan solo en ese momento— se convierte en propietario privado” (p. 56). O como expone Desiato (1998), el sujeto se entiende como un yo capaz de reconocerse en diálogo con ideas que él hace suyas” (p. 65).

No obstante, un único acto de intercambio aislado no es suficiente para configurar la subjetividad del ciudadano prosumidor. Es necesaria la reiteración, que permitirá cambiar la estructura social, el modelo comunicativo, y dar forma al ciudadano prosumidor como sujeto.

Por último, cada una de esas reiteraciones representa también la expresión de relaciones que evolucionan al mismo tiempo que la sociedad de la era digital y del propio sistema de comunicación tecnológico. Entre ellas también relaciones de poder que dependerán de elementos como el desarrollo de las infraestructuras de comunicación; incluso del poder adquisitivo de los ciudadanos y de la capacidad para producir contenido. Lo cierto es que no se puede obviar las transformaciones que suceden en el nuevo sistema de medios donde los ciudadanos reafirman su libertad para hacerse de un espacio. Aunque también haya que asumirlo, esos cambios surgen configurados a partir de la estructura de intereses y valores existentes en la sociedad (Castells, 2009).

Sin embargo, el prosumidor es la esencia de una nueva forma de comunicación que Castells denomina *autocomunicación*, donde el mismo actor “genera el mensaje, define los posibles receptores y selecciona los mensajes concretos... que quiere recuperar” (p. 88); y, además, donde las tres formas de comunicación —interpersonal, comunicación de masas y autocomunicación de masas—coexisten, interactúan y se complementan entre sí, como asegura el propio Castells.

3.5 Las redes de colaboración y el ciudadano prosumidor

Ciertamente, el ciudadano prosumidor se conforma en la medida que establece redes de cooperación, y por tanto de participación. En este sentido, no solamente configura su subjetividad a partir de su relación comunicativa con el Estado, sino también en sus intercambios



Manuel Castells
<https://commons.wikimedia.org>

simbólicos con otros ciudadanos. Es, por ende, un actor digital, que adapta y produce significados a partir del consumo y el uso de información. Por tanto, resignifica la práctica de producción y consumo (prosumo) de contenidos en las nuevas tecnologías.

Ahora, ¿dónde está el valor agregado que aporta el prosumo si no se puede medir en valor económico para los intercambiantes? Podemos decir que “no solo la utilidad de una cosa la hace entrar en la circulación mercantil convirtiéndola en un bien de valor económico” (Del Búfalo, 1997, p. 271). Pues el intercambio se convierte en un fenómeno social. Así, las interacciones, la red de relaciones que se establecen o se construyen, las hibridaciones, constituyen un valor agregado provocado por el prosumo como práctica social.

3.6 ¿En qué medida es libre el ciudadano prosumidor?

Al establecer los límites de la economía de mercado, Del Búfalo (1997) plantea una serie de preguntas que nos permiten aventurarnos a cuestionar los límites del ciudadano prosumidor, en la inquietud por no idealizar dicha figura, sino de atravesarla con las dudas que se derivan de su configuración.

Ciertamente, como señala Rosique (2010), “Internet ha creado lugares-extensiones de formas tradicionales de socialización que antes tenían lugar en el ágora, la plaza pública y la calle, y que hoy son una realidad al alcance de todo aquél que posea un ordenador” (p. 157).

Ahora bien, si la expansión de la tecnología ha diversificado los canales de comunicación, esa misma expansión puede convertirse en una nueva forma de poder despótico. Esto plantea algunas interrogantes: ¿Los medios de comunicación de la era digital constituyen una reestructuración del poder que pretende establecer relaciones despóticas a través de ellos? ¿La diversificación de los canales de comunicación y las oportunidades de participación no buscan una profundización de las relaciones mercantiles? Entonces, ¿hasta dónde llega la libertad del ciudadano prosumidor?

Como señala López-López (2018), “La nueva (o novísima) sociedad digital reafirma a la información como la mejor herramienta del sistema para aumentar derechos, aunque también para sumar rendimientos, reforzar a las oligarquías y generar desigualdades sociales y comunicativas” (p. 321). De acuerdo con ello, Álvarez Pousa (2018) asegura:

La experiencia constata que si bien es cierto que las tecnologías de la información y de la comunicación (TIC) multiplican nuestra capacidad productiva, nuestra creatividad cultural y nuestro potencial comunicativo, no lo es menos que también son utilizadas y acaban siendo eficaces en determinadas circunstancias y con determinados usos en eso de privar de sus derechos ciudadanos a las sociedades y a los individuos que conviven en ellas. (p. 325)

Cabe recordar que, de acuerdo con Del Búfalo, el individuo moderno vive en medio de relaciones personales, despóticas y mercantiles. Ello permite hablar de un ecosistema. Desde esta óptica, Scolari (2008) plantea que la sensación de poder y control del nuevo usuario se opone a los límites que impone a su libertad el creador del entorno donde se desenvuelve. En todo caso, existen unas condiciones de uso de los medios, y unas opciones de dónde elegir. Además, la información de la actividad del usuario es conservada por el sistema. Así que todo esto puede llevar a concluir fácilmente que la relación usuario-medio es despótica, y que la idea del poder emancipador del prosumidor es una fantasía.

Para Scolari (2008), los nuevos medios son escenarios donde se desarrollan conflictos y se construyen hegemonías sociales. “En las redes, como en los ecosistemas, hay jerarquías, conflictos y acuerdos entre actores que reconfiguran las relaciones en cada momento” (p. 292).

Sin embargo, valga decir que “Lo que verdaderamente mueve a la sociedad digital es el diálogo constante que se da de muy diversas formas entre las organizaciones, los medios de comunicación y los ciudadanos” (López-López, 2018, p. 321).

Indisputablemente, la sociedad se ha encaminado hacia posiciones más horizontales y modelos reticulares que han transformado el proceso comunicativo, al menos parcialmente. Ejemplo de ello lo constituyen las empresas, quienes han entendido la importancia de abrir canales de comunicación con el público e integrarlo al propio proceso productivo.

Asimismo, hay que detenerse a mirar las oportunidades que ofrecen los rasgos de los nuevos medios. Para Heeter (1989) la principal característica de estos es la interactividad, que favorece un usuario más fuerte. Ello nos conduce a ver la tecnología, y la manera como ha modificado nuestras relaciones con los otros, e incluso con nosotros mismos. Los nuevos instrumentos de conversación de la sociedad como espacio. Son el ambiente donde los actores de la comunicación producen sentido, resignifican el proceso comunicativo, construyen códigos y conforman su subjetividad. Incluyendo a los medios no solamente como la realidad física, sino todo el conjunto de relaciones y cambios que se producen a partir de su aparición.

También es necesario observar al usuario. El usuario como medio mismo. “Porque es el auténtico protagonista [...]. Él es el factor definitivo que articula y pone en funcionamiento el arsenal mediático puesto a su alcance. Es emisor y receptor. Autor, actor, y espectador al mismo tiempo (Sempere, 2007, p. 145).

De esta forma, el prosumidor se configura a partir del uso de los medios, y estos últimos también se reconstruyen y se adaptan desde la información que genera el usuario en su práctica. Por tanto, ambos, medio y usuario, se configuran socialmente. Así tiene lugar la conversión de usuario a productor que experimenta el prosumidor. Toma decisiones, elige, produce y reproduce, intercambia información o contenido. La interactividad profundiza

esa transformación, le otorga mayor poder de participación. Si bien no es poder absoluto, la capacidad de participación altera su subjetividad, sus interacciones, los medios, al igual que al contexto social en el cual se desarrolla.

4. Conclusiones

Aunque es cierto que la democratización de la comunicación debe ser un pacto social entre medios, actores políticos y ciudadanos; no es menos cierto que, como protagonista de la era digital, el ciudadano prosumidor debe convertirse en uno de los principales catalizadores para la democratización informativa, y en un activo para la construcción de un modelo dialógico de comunicación entre organizaciones y ciudadanía. Es una estrategia en la que deben converger los ciudadanos prosumidores como actores sociales de esta sociedad para consolidar la soberanía del individuo. Esta no es una responsabilidad ética que corresponda solo a los medios o a los gobiernos.

Cabe apostar por un ciudadano prosumidor que, en medio de la sociedad red, asuma sus derechos como ciudadano y se valga de los nuevos medios para hacerlo posible. En la práctica, tiene que ver con el acceso y búsqueda de información; con la voluntad de cooperación y participación, de establecer redes de comunicación, exigir respuestas y ser escuchados. Es decir, de participar en la práctica de las relaciones comunicativas, asumiendo el papel como actor de la comunicación.

Asimismo, pese a las relaciones despóticas —que pueden rodear y afectar directamente al ciudadano prosumidor, hasta ponerlo en una posición que puede seguir pareciendo vulnerable— en medio de las nuevas demandas y la segmentación de los públicos, los ciudadanos han generado espacios colectivos donde expresan sus opiniones y participan.

Finalmente, cabe destacar que, aun inserto en las relaciones de poder a las que el individuo digital está sometido debido al papel de las grandes compañías y de los gobiernos, el ciudadano no es prosumidor en la medida que escapa de esas relaciones verticales; sino a pesar de esas relaciones, en la medida que es igual a otro para consumir, producir e intercambiar información.

Referencias

- Álvarez Moreno, Mauricio & Botero Montoya, Luis (2015). De Ciudadanos a Prosumidores. Nuevas representaciones y consumo. *Anagramas: Rumbos y sentidos de la comunicación*, 13(26) [enero-junio 2015], pp. 11-15. Recuperado de: <https://revistas.udem.edu.co/index.php/anagramas/article/view/1177>
- Álvarez Pousa, Luis (2018). Medios de Comunicación, Democracia y Ciudadanía. En: López Golán, Mónica; Campos Freire, Francisco; López L, Paulo C. & Rivas Echeverría Francklin [Editores] (2018). *La comunicación en la nueva sociedad digital*, pp. 325-343. Quito, Ecuador: Universidad Pontificia de Ecuador. Centro de Publicaciones. Recuperado de: https://www.amic.media/media/files/file_352_1557.pdf
- Castells, Manuel (2009). *Comunicación y Poder*. Madrid, España: Alianza Editorial. Recuperado de: <https://www.felsemiotica.com/descargas/Castells-Manuel-Comunicaci%C3%B3n-y-poder.pdf>
- Del Búfalo, Enzo (1997). *El sujeto encadenado. Estado y mercado en la genealogía del individuo social*. Caracas, Venezuela: Universidad Central de Venezuela, Consejo de Desarrollo Científico y Humanístico.
- Delgado Flores, Carlos (2019). Investigación venezolana en mediaciones digitales (2008-2018). Apuntes para un estado del arte. *Revista Comunicación* n.º 185 [1º Trimestre 2019], pp. 39-46. Recuperado de: https://comunicacion.gumilla.org/wp-content/uploads/2019/06/COM_2019_185_39-46.pdf
- Desiato, Masimo (1998). *La configuración del sujeto en el mundo de la imagen audiovisual. Emancipación y comunicación generalizada*. Caracas, Venezuela: Ediciones Fundación Polar, Universidad Católica Andrés Bello.
- García R., Rosa; Ramírez G., Antonia & Rodríguez R., María del Mar (2014). Educación en alfabetización mediática para una nueva ciudadanía prosumidora. *Comunicar*, 43(22), pp. 15-23. Recuperado de: <https://www.revistacomunicar.com/verpdf.php?numero=43&articulo=43-2014-01>
- Heeter, Carrie (1989). Implications of New Interactive Technologies for Conceptualizing Communication. En: Salvaggio, Jerry L. & Bryant Jennings. [Eds.] (1989). *Media use in the information age: emerging patterns of adoption and consumer use*. Nueva Jersey, USA: Lawrence. Erlbaum Associates. Recuperado de: https://www.researchgate.net/publication/246430415_Implications_of_New_Interactive_Technologies_for_Conceptualizing_Communication
- Lastra, Ana (2015). El poder del prosumidor: Identificación de sus necesidades y repercusión en la producción audiovisual transmedia. *Revista Icono* 14, 14(1), pp. 71-94. Recuperado de: <https://icono14.net/ojs/index.php/icono14/article/view/902/542>
- Levine, Rick; Locke, Christopher; Searls, Doc & Weinberger, David (2000). *The Cluetrain*

- Manifiesto: The End of Business as Usual*. Cambridge [MA], USA: Perseus Books Group. Recuperado de: <https://ubereye.files.wordpress.com/2009/04/the-cluetrain-manifiesto.pdf>
- Lévy, Pierre (1999). *¿Qué es lo virtual?* Barcelona, España: Editorial Paidós. Recuperado de: https://frrq.cvg.utn.edu.ar/pluginfile.php/6020/mod_resource/content/1/Levy-Que_es_lo_virtual.PDF
- LópezLópez, Paulo Carlos (2018). Comunicación Política, Transparencia y Democratización en la Sociedad Digital. En: López Golán, Mónica; Campos Freire, Francisco; López L. Paulo C.& Rivas Echeverría, Francklin [Editores] (2018). *La comunicación en la nueva sociedad digital*, pp. 321-324. Mérida, Venezuela: Universidad de Los Andes, Consejo de Publicaciones; Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Sede Ibarra (PUCESI); Universidad Pontificia de Ecuador; Universidad Técnica Particular de Loja (UTPL); Pontificia Universidad Católica del Ecuador (PUCE) Universidad de Santiago de Compostela (USC). Recuperado de: https://www.amic.media/media/files/file_352_1557.pdf
- Medina Vicent, María (2017). Exigencias éticas del prosumidor-ciudadano frente a las empresas. *Quaderns de Filosofia*, 4(2), pp. 11-34 Recuperado de: <http://repositori.uji.es/xmlui/handle/10234/171917>
- Rosique Cedillo, Gloria (2010). El papel del telespectador en los medios audiovisuales *Revista Icono* 14, n.º 5, pp. 147-163. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/3301335.pdf>
- Sampayo Novoa, Antonio & Domínguez Fernández, Guillermo [Editores temáticos] (2017). Ciudadanía crítica y empoderamiento social en la emergente cibersociedad [Presentación Monográfico] *Revista Comunicar*, 53(25), pp.1-6. Recuperado de: <https://www.revistacomunicar.com/pdf/53/presentacion-es.pdf>
- Sánchez Carrero, Jacqueline & Contreras Pulido Paloma (2012). De cara al prosumidor: producción y consumo empoderando a la ciudadanía 3.0. *Revista Icono* 14. 10(3), pp. 62-84. Recuperado de: <https://icono14.net/ojs/index.php/icono14/article/view/210/376>
- Scolari, Carlos A. (2008). *Hipermediaciones. Elementos para una Teoría de la Comunicación Digital Interactiva*. Barcelona, España: Editorial Gedisa
- Sempere, Pedro (2007). *McLuhan en la era de Google. Memorias y profecías de la Aldea global*. Madrid, España: Editorial Popular.
- Valdettaro, Sandra (2015). *Epistemología de la comunicación. Una introducción crítica*. [1ra. edición]. Buenos Aires, Argentina: Editora. Editorial de la Universidad Nacional de Rosario. Recuperado de: https://cim.unr.edu.ar/assets/archivos/sandra_valdettaro-epistemolog_a_de_la_comunicaci_n-ebook.pdf