

Sphera Publica

REVISTA DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA COMUNICACIÓN

sphera.ucam.edu

ISSN: 1576-4192 • Número 19 • Vol. I • Año 2019 • pp. 2-23

Sobre el uso de los conceptos prosumer y emirec para estudios sobre comunicación mediada por internet

Rosa María Alonzo González, **Universidad de Guadalajara (México)**
ralonzo@suv.udg.mx

Recibido: 27/04/19 • Aceptado: 02/07/19 • Publicado: 19/07/19

Cómo citar este artículo: Alonzo, Rosa (2019). Sobre el uso de los conceptos prosumer y emirec en estudios sobre comunicación mediada por internet, *Sphera Publica*, 1 (19), 2-23.

Resumen

Este artículo analiza desde la perspectiva de la historia intelectual, los términos de prosumidor acuñado por Alvin Toffler (1981) y el de emirec acuñado por Jean Cloutier (1973). El objetivo de este documento es comparar ambos conceptos para ubicar sus diferencias y similitudes; de forma que se responda a la pregunta sobre ¿cuáles son las implicaciones de usar cada uno de ellos para estudios sociales y comunicacionales frente a internet? Esta pregunta considera particularmente, los estudios que refieren a las personas usuarias creadoras de contenidos digitales para internet. Para responder se desarrollan tres procesos: primero, se realiza una revisión de la literatura que refiere y compara ambos conceptos. Segundo, se analiza la historicidad de ambos conceptos y la intención de sus autores al momento de enunciarlos. Tercero, a partir de la apropiación y reapropiación que se hace de los mismos se les posiciona a ambos frente a una realidad mediada por internet, para denotar las ventajas y desventajas de su uso. Este documento se enfoca en discutir el uso del concepto prosumidor sobre el concepto de emirec para resaltar las ventajas de su uso para definir la práctica de crear y compartir contenido digital a través de Internet.

Palabras Clave

Prosumer, Emirec, estudios de internet, contenido digital, Toffler, Cloutier

Use of prosumer and emirec concepts for studies on internet-mediated communication

Rosa María Alonzo González, **Universidad de Guadalajara (México)**
ralonzo@suv.udg.mx

Received: 27/04/19 • Accepted: 2/07/19 • Published: 19/07/19

How to reference this paper: Alonzo, Rosa (2019). Sobre el uso de los conceptos prosumer y emirec en estudios sobre comunicación mediada por internet, *Sphera Publica*, 1 (19), 2-23.

Abstract

This article analyzes from the perspective of intellectual history, the concepts of a prosumer coined by Alvin Toffler (1981) and emirec coined by Jean Cloutier (1973). The objective of this paper is to compare both concepts to locate their differences and similarities, to analyze what are the implications of using each of these concepts for social and communication studies in front of the Internet? especially when the users are referred to as digital contents creators. To answer this question, three processes are developed: first, a review of the literature that refers and compares both concepts. Second, an analyzed the historicity of the concepts and their authors intention at the time of their enunciation. Third, from the appropriation and reappropriation that is made of them, both are positioned in front of a reality mediated by the internet, to denote the advantages and disadvantages of their use. This document is focusing on discusses the use of the prosumer concept above the emirec concept to highlights the advantages of using it to define the practice of creating and sharing digital content through the Internet.

Keywords

Prosumer, Emirec, internet studies, Digital content, Toffler, Cloutier

Introducción

Desde que las tecnologías de comunicación e información han permitido que las consideradas como audiencias o consumidoras de contenidos digitales en internet, puedan ser a su vez emisoras o productoras de los mismos a un nivel masivo; se comenzó a discutir la manera de definir, caracterizar y/o identificar a este tipo de personas. Entre los términos apuntalados para denominarlas, se ubican el de prosumidor acuñado por Alvin Toffler (1981) y el de emirec acuñado por Jean Cloutier (1973). Ambos conceptos se han percibido en algunos casos como sinónimos, señalando sus similitudes; pero igualmente se han generado distinciones sobre la pertinencia del uso de alguno de ellos sobre el otro, particularmente en el área de la comunicación.

Mattelart (2018) hace una disertación sobre la estandarización de los conceptos que se usan para nombrar las realidades, en la que señala que cada enunciación que hacemos implica una adscripción a ciertas herencias, consideraciones y/o supuestos que no pueden ser obviados al momento de utilizarlos, sobre todo cuando apropiamos y reapropiamos dichos conceptos para definir nuevas realidades. En este sentido se retoma la perspectiva de la historia intelectual (Dosse, 2007) para analizar primeramente la intención de los autores de ambos conceptos para identificar qué significa el concepto al momento de ser acuñado, retomando la consideración de que el mundo como realidad históricamente dada, cuenta con un lenguaje aprendido- construido enmarcado en un tiempo y espacio, que se asocia al significado y significante de cada concepto.

Al revisar la historicidad de ambos conceptos, se observa que éstos fueron usados por primera vez en contextos diferentes y previos a la globalización de internet, por consiguiente, su incorporación en los estudios sociales y particularmente a los de la comunicación digital, implica el considerar que ninguno de los dos caracteriza o explica una realidad mediada por esa tecnología, si no que intentan anticipar los efectos que se consideraban derivarían de los cambios tecnológicos previstos en el momento en el que fueron enunciados.

En este sentido el concepto de emirec al surgir en el contexto académico de la comunicación pareciera ser más adecuado para responder a las necesidades de nombrar estas realidades de comunicación mediadas por internet. Pero cuando consideramos

prácticas sociales específicas o personas con agencia (Giddens 2011), la necesidad de caracterizarlos por medio de sus acciones y no de características dadas de manera natural, pone de manifiesto la pertinencia del uso del concepto prosumer.

Consideraciones teóricas y metodológicas

Para revisar los conceptos se trabajó bajo la mirada de la historia intelectual, partiendo de la visión de Quentin Skinner y Jonh Pocok (Citados en Dosse, 2007). De Skinner (Citado en Dosse, 2007) se retomó la consideración sobre la intención de la persona autora, por lo que se privilegia lo que el texto o concepto significa en el momento en que fue enunciado. En este sentido se considera el retomar los textos fuente, entendiendo por estos, a la obra primaria en donde el concepto o idea fue referida por primera vez, así como los textos que retoman la idea o concepto y guardan sincronía histórica con el texto o textos fuente.

Además, se consideró el horizonte de sentido que señala Pocok (Citado en Dosse, 2007), en el que la persona que tiene la autoría, por lo que se le observa considerándola parte de un mundo históricamente dado, del que parten los lenguajes aprendidos y reflejados en las obras (textos fuentes) en donde los conceptos son acuñados. Es decir, se considera el perfil de la persona como autora, el tipo de textos que desarrolla y el contexto en el que los desarrolla, así como las palabras que usa para nombrarlos. Para desarrollar este trabajo se realizó una revisión de la literatura iniciando por la recuperación de los textos fuente que pudieran dar cuenta del surgimiento de ambos conceptos, así mismo, se recuperó de la base de datos de la Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal (REDALYC), los artículos que trabajaran una comparativa entre ambos conceptos, ubicando once artículos publicados entre el 2006 y 2018.

En el caso del concepto prosumidor como texto fuente se trabajó la versión traducida de los libros de Toffler en donde se acuña y explica este concepto. En este sentido se revisó la obra de "La tercera Ola" utilizando la edición publicada en México en 1981 por la editorial Best-Seller división, así mismo se retomó un corpus de artículos y textos que usan el concepto para estudios de la comunicación, contextualizándolos para estudios sociales y comunicacionales frente a internet.

Para emirec de Jean Cloutier no se recuperó el texto fuente, pero se ubicaron artículos del autor que coinciden con el periodo de tiempo en el que el concepto se acuña, por lo que estos textos permiten dar cuenta de la trayectoria diacrónica del mismo, así como de los cambios y adecuaciones que experimenta el concepto. Partiendo de lo anterior, se consideró como corpus de estudio para emirec una serie de seis artículos publicados por Cloutier en la revista francesa *Communication et langage*, entre el periodo de 1970 a 1994, lo cuales se obtuvieron digitalmente a través de la base de datos Persée.

Planteamiento de la investigación

La presente investigación se articula en torno al análisis de la literatura recuperada bajo las premisas señaladas, dando prioridad a los textos fuentes de enunciación de ambos conceptos con la intención de responder a la pregunta acerca de ¿Cuáles son las implicaciones de usar cada uno de ellos para estudios sociales y comunicacionales frente a internet? Si bien al principio se considera el describir de forma objetiva la historicidad de cada concepto, cuando estos se posicionan frente a internet, el tema se inclina a considerar particularmente los fenómenos generados por las personas usuarias como creadoras de contenidos digitales para internet, dentro de la multiplicidad de estudios sociales y comunicacionales frente a internet.

Por lo anterior las consideraciones, ventajas y desventajas señaladas para el uso de ambos términos está encaminada a ubicar las implicaciones del uso de ambos conceptos para nombrar a las personas usuarias como creadoras de contenidos digitales para internet.

Objetivos

Objetivo 1: Analizar la historicidad de ambos conceptos y la intención de sus autores al momento de enunciarlos.

Objetivo 2: Analizar el uso de la apropiación y reapropiación que se hace de ambos conceptos frente a una realidad mediada por internet.

Objetivo 3: Identificar las ventajas y desventajas de su uso para nombrar a las personas usuarias como creadoras de contenidos digitales para internet.

Método

El método utilizado fue una revisión de literatura. Entre la literatura se distingue entre los textos fuentes que se analizaron bajo la perspectiva de la historia intelectual (Dosse, 2007) y los artículos académicos en los que se discute el uso de ambos conceptos. La tabla 1 muestra el corpus de literatura considerada para la historicidad de cada concepto desde los textos fuente.

Tabla 1. Análisis de textos fuentes

Modelo	Concepto	Literatura (textos fuente)
Perspectiva de la historia intelectual	Emirec	Seis artículos publicados por Cloutier, entre el periodo de 1970 a 1994, en la revista francesa <i>Communication et langage</i>
	Prosumer	La obra de 1981 "La tercera Ola" de Toffler, así como cinco artículos académicos que usan el concepto retomando su enunciación en la obra para estudios de internet.

Fuente: Elaboración propia

Adicionalmente se recuperaron de la base de datos de la Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal (REDALYC) once artículos que discutían el uso de ambos conceptos, mismos que fueron ubicados al aplicar filtros para limitar a búsqueda a aquellos documentos que tuvieran en el cuerpo de su contenido a ambos conceptos.

Aproximación al concepto de emirec

El concepto de emirec (emerec es el concepto original en francés), en español proviene al igual que el concepto francés de la unión de los vocablos: emisor y receptor (Emetteur et Recepteur). Fue un término acuñado por Jean Cloutier en su obra de 1973, *La communication audio-scripto-visuelle à l'heure des self-média; ou, L'ère d'Émere*, libro publicado por la Universidad de Montreal en Canadá, el cual tuvo una segunda edición en 1975 bajo el nombre de *L'ère d'Emerec: ou, La communication audio-scripto-visuelle à*

l'heure des self-média. Ambos fueron libros que en su época tuvieron una buena aceptación e incluso fueron homenajeados desde los estudios de la comunicación.

Estos textos fuente fueron el resultado de los proyectos que Cloutier realizó en el centro audiovisual de la Universidad de Montreal, centro que él mismo fundó en 1968 y dirigió teniendo proyectos con común con la A.U.P.E.L.F. (Asociación de Universidades Parcial o Enteramente en Lengua Francesa), ganando con ello su reconocimiento como especialista audiovisual. Siendo director del centro audiovisual, generó su propuesta de la comunicación "audio-visual-escrita" de la cual comienza a publicar artículos en 1970 en *Communication et langage*, revista francesa que surge en 1969 manejando como temas centrales los relacionados a la tecnología de la información con enfoque en la sociología de la comunicación. Entre los artículos publicados por Cloutier en *Communication et langage*, están: *L'audio-scripto-visuel* en 1970, *La communication audio-scripto-visuelle* en 1973, *Insertion de l'audio-visuel à l'université* en 1975, *L'audiovisuel remis en question* en 1979, *Emérec et le monde en... tique* en 1983 y *L'audioscriptovisuel et le multimédia* en 1994.

La communication audio-scripto-visuelle, es un artículo que coincide en año con su libro *La communication audio-scripto-visuelle à l'heure des self-média; ou, L'ère d'Émere*. En este artículo, Cloutier (1973) utiliza el concepto emirec seis veces en el cuerpo del texto, sin definirlo en ninguna de ellas, por el contexto se infiere que lo usa para denominar a un actor social, que se inserta en un proceso cambiante de los avances tecnológicos, haciendo referencia a los cambios producidos por los medios, refiriéndose particularmente a la televisión que era el medio que estaba en esplendor en esa época.

En 1975 en su trabajo de *Insertion de l'audio-visuel à l'université*, presenta sus reflexiones sobre el tema de la comunicación audio-visual-escrita, haciendo referencia al papel de la universidad como una organización especial, en donde la información, es al mismo tiempo materia prima y producto final. En este artículo, Cloutier (1975) usa el concepto de emirec, para definir a los estudiantes que, de acuerdo con la comunicación humana, son receptores de información y emisores al mismo tiempo al tener que dialogar transmitiendo o poniendo de manifiesto los conocimientos adquiridos. Cabe notar que en este artículo menciona diferentes actores sociales dentro del espacio de la universidad, pero sólo usa el concepto de emirec para referirse a los estudiantes, quienes, dentro de este espacio, son un componente al igual que los profesores, autoridades, entre otros.

En el artículo *L'audiovisuel remis en question*, retoma el concepto de emirec como actor social, al referir a la persona como un agente dentro de un proceso en el que interactúa con el medio y su entorno dentro de una comunicación audiovisual. En este artículo Cloutier (1979) cita su libro *L'ère d'Emere: ou, La communication audio-scripto-visuelle à l'heure des self-média*, para señalar que emirec es un término creado por él, cuyo vocablo proviene de la contracción de emisor y receptor. En *L'audiovisuel remis en question*, Cloutier (1979) también muestra que emirec es un concepto que simboliza una actividad de comunicación en tres tiempos, en los que ubica: la emisión, el tratamiento de la información y su recepción. En este documento se hace hincapié en que a las personas como actores sociales se le debe enseñar a interactuar y tratar la información que les ofrece un medio, lo cual es tan importante como el enseñarles a practicar y desarrollar la comunicación interpersonal.

De acuerdo con Roberto Aparici, Cloutier (2010) al proponer la concepción del emirec, se remonta al principio de la civilización humana donde divide el devenir histórico de la humanidad en cinco estadios principales, todos ellos en relación con la comunicación. El primer estadio es del hombre como medio en sí mismo, recibe por el oído y emite por la boca. El segundo estadio lo comprende la comunicación en un soporte como lo fue la escritura, lo que permitió que la información o los mensajes permanezcan en el tiempo y el espacio, haciendo énfasis en la capacidad de emitir y transmitir. En el tercer estadio coloca a la comunicación por medio masivos, la cual profesionalizó la actividad de comunicar (por ende, de emitir y transmitir), derivado de esto considera que se generaron grandes bloques de receptores (audiencias). En el cuarto estadio se sustenta la individualización tecnológica (tecnología pequeña, manual y adquirible como los celulares), lo que hizo que el ser humano volviera a ser visto como un emirec, otorgando igual peso su potencialidad de emitir como de recibir.

Por último, en el quinto estadio Cloutier (2010) habla sobre la comunicación universal, tema que también comienza a abordar desde su artículo de 1983 *Emérec et le monde en... tique*, donde señala que esta comunicación universal “es a la vez causa y efecto de la globalización de mercados” (p.50). Cloutier (1983) no especifica qué sucede con el ser humano como emirec en la comunicación universal, pero podemos deducir que potencializa su posibilidad de emitir y recibir que se observó desde el cuarto estadio.

Al considerar al mercado y la globalización, la conceptualización de emirec se liga con una perspectiva económica, la cual se consideraba que carecía generado que este término fuera más llamativo para su uso en los estudios de internet desde la comunicación. Sin embargo, su recorrido histórico nos señala que es un factor que se considera al conectarlo con la comunicación universal

Emirec como concepto frente a internet

Si bien Cloutier no aborda el tema del internet al hablar de emirec, cuando describe la comunicación universal en el quinto estadio, se deduce que éste puede ser el resultado del uso del internet como medio aprovechando su característica de interconexión. En el artículo de *Emirec et le monde en... tique*, Cloutier (1983) estudia la evolución de los medios de comunicación en combinación con el impacto de la informática en los modos de actuar y pensar. En este artículo se comienza a usar el concepto como parte de un modelo, en el que cada actor social se ubica en el centro de la comunicación como emirec, donde la comunicación se observa como una actividad innata y vital, que realiza el ser humano por sí mismo en tres etapas: un tiempo de inspiración (recepción), un tiempo de absorción (significado) y una fecha de caducidad (emisión).

Esta actividad innata y vital que realiza una persona sin necesidad de ninguna tecnología o medio ajena a su cuerpo, es posible también a través de los medios haciendo uso de tres lenguajes: el auditivo, el visual y el escrito o una hibridación que combine dos de ellos o los tres. Partiendo de estas ideas, se puede pensar en que Cloutier (1983) observa a la tecnología de los medios como posibles “extensiones del hombre”, al describir la relación entre ser humano y tecnología-medio. Cabe señalar además, que en este artículo el autor introduce el concepto de telemática para hablar de emirec.

En *L'audioscripto-visuel et le multimédia*, Cloutier (1994) señala que los conceptos que desarrolló en los años setenta (comunicación audio-visual-escrita, emirec) y ochenta (telemática) se siguen discutiendo para la era multimedia. En este texto, al modelo que había generado para el emirec, le suma la consideración de interacciones en tiempos y espacios discontinuos; además de señalar que, con la multimedia, también los medios pueden convertirse en emirec al poder emitir, recibir y tratar la información.

Sagrario Rubio (2010) señala al respecto que “Cloutier propone un modelo en el que todos los participantes tienen la posibilidad de ser emisores y receptores” (p.37) sean estas aplicaciones tecnológicas o la misma tecnología. Por consiguiente, el concepto de emirec forma parte de un modelo que; de acuerdo con Rubio (2010), Cloutier retoma de 1973 y lo revisa en su última obra de 2001, *Petit traité de communication Emerec: à l'heure des technologies numériques*; para considerar a las nuevas tecnologías de comunicación e información, donde considera a la tecnología digital como una noción que engloba al mensaje, lenguaje y medio, en interrelación con otros elementos en un sistema abierto, compuesto por:

- Elementos de base, que son los actores, es decir, los emirec, donde cada uno (incluida la tecnología) es visto como el centro de la comunicación por emitir y recibir.
- Elementos de orden operacional, los cuales son cuatro: la interrelación, que puede ser virtual (mediada por la tecnología) o presencial; la intención, que son los objetivos de los actores al comunicarse; la información que son datos para construir los mensajes intercambiados y la interacción que es el proceso de la comunicación.
- Elementos naturales de orden operacional, los cuales son tres y corresponden a la noción de tecnología digital: el lenguaje entendido como codificación y decodificación de información para construir mensajes; el medio recurso tecnológico para difundirlos y conservarlos a través del tiempo y el espacio, y por último el mensaje que es la información estructurada codificada (contenido en audio, video, imagen, texto digital) que depende de la experiencia, conocimientos y bagaje sociocultural del actor social.
- Elementos del entorno, que son tres: el espacio que el lugar material o virtual que comparten los actores; el tiempo entendido como el instante compartido por los actores que puede ser sincrónico o diacrónico y, por último; el aquí y el ahora (el *estant* en francés) que es la relación temporal que viven los actores en el tiempo, que podemos entender como el contexto. El concepto emirec surge en el contexto de los estudios de la comunicación por lo que la preferencia a su uso podría parecer natural, sin embargo, también infiere una carga economicista al globalizar la comunicación en presencia de un emirec en los entornos mediados por internet.

Aproximación al concepto de prosumer

El concepto de prosumer fue acuñado por Alvin Toffler, en su libro *The third wave* de 1980. En español el concepto proviene al igual que el concepto anglosajón de la unión de los vocablos productor y consumidor (producer and consumer). Su obra fuente es considerada la segunda de una trilogía integrada por: *Future shock* de 1971 y *Powershift* de 1990, ambas del mismo autor donde se denota su inclinación hacia el ensayo futurista. Estas obras fueron reconocidas entre líderes políticos, países, empresas, universidades y otros sectores, por su revolucionado pensamiento de las sociedades contemporáneas y sus cambios sociales. Éste reconocimiento le generó el prestigio que lo ha llevado a dirigir una agencia consultora para líderes en la actualidad.

El término prosumidor propuesto por Alvin Toffler (1981), es referido en su obra para designar a un individuo que, siendo consumidor, se involucra en actividades correspondientes a un productor, tomando el rol de éste último en ellas, sin dejar de ser un consumidor. Este concepto entonces es presentado como un resurgimiento, no como una referencia reciente, que parte del supuesto de que, al inicio de la civilización humana el hombre producía lo que consumía (cultivaba y cazaba para alimentarse), por lo tanto, el productor era a su vez el consumidor; es decir un prosumidor.

Para explicar el resurgimiento del prosumidor Toffler (1981) establece la existencia de tres olas y explica que en la primera ola se prosumía; sin embargo, para la segunda ola la producción se industrializa, se genera un excedente e inicia el intercambio de mercancías a gran escala, es decir, surge el mercado, donde unos cuantos pueden satisfacer la demanda de muchos. Dicha situación generó productores y consumidores, modificando con ello las estructuras sociales imperantes de la primera ola.

Para la tercera ola se observan cambios en el comportamiento cotidiano de los consumidores, tanto en los sectores de servicios como de productos, quienes de manera paulatina se van implicando en actividades que corresponden a productores, interviniendo en los procesos de producción y cambiando su papel del mercado que los limitaban a sólo consumir. En esta última ola resurge el hombre en quien se desdibujan las figuras del productor y consumidor para regresar a un estadio intermedio entre lo que él denominó primera ola (producción para el uso) y segunda ola (producción para el intercambio).

El prosumidor como concepto tiene una acotación a un actor social definido a través de su práctica, misma que lo identifica como un individuo que consume, participa, modifica, crea y produce para su uso personal, sin fines de lucro. De acuerdo con Toffler (1981), al llevar a cabo estas actividades, este actor como agente conduce a nuevos estilos de trabajo y de ordenación de la vida cotidiana, por lo tanto, podríamos añadir que se le conceptualiza como un individuo capaz de cambiar las estructuras sociales y los ambientes en los que se desarrolla. Toffler (1981) nunca relaciona a este actor social con las tecnologías de manera directa, ni con los medios, sin embargo, si establece en su obra que la llegada de los prosumidores implicaría también el cambio o fin de los medios masificadores como lo es el televisor, pero no aborda más este tema a recuperar aspectos relativos a la comunicación o las tecnologías como el internet.

En una obra más reciente de Alvin Toffler, *Revolutionary Wealth* (2006, Citado en Isla, 2010) se establece que la invención de la palabra prosumidor fue conceptualizada “para designar a quienes creamos bienes, servicios o experiencias para nuestro uso o disfrute, antes que para venderlos o intercambiarlos. Cuando como individuos o colectivos, PROducimos y conSUMIMOS nuestro propio output, estamos prosumiendo” (p. 51). Es así como el término prosumer surge para identificar a las personas que realizan actividades consideradas como “no económicas”, por ser producción para el uso particular o autoconsumo, como: las labores dentro del hogar, el apoyo de grupos de autoayuda, el autoservicio, etcétera. Pero que —desde una visión sistémica— tienen un impacto en la economía, puesto que afecta las formas de producción, así como los modos de adquirir productos y servicios.

Prosumer como concepto frente a internet

El concepto de prosumidor al igual que el de emirec no surge considerando la mediación del internet particularmente, además prosumidor no surge de los estudios de la comunicación como si lo hace el de emirec. Sin embargo, su uso en los contextos de los estudios de la comunicación mediada por internet permite centrar la observación en las prácticas. Desde 1972, Marshall McLuhan y Barrington Nevitt, señalaron que “la tecnología electrónica permitiría al consumidor asumir simultáneamente los roles de productor y consumidor de contenidos” (p.35).

Estas ideas generaron un nuevo contexto para el prosumer, quien tiene una práctica que es particularmente visible con internet a partir de la web social. En este sentido, es conveniente señalar que el actor social, analizado por Toffler (1981), se mantiene en la sociedad donde la tecnología asociada a internet ha permitido visualizarlo a gran escala. Sin embargo, se han generado cambios visibles que podemos atribuirle a la conciencia colaborativa, que se ha creado como impulso de la Web 2.0 y las dinámicas sociales que se han derivado de ella.

En suma, tanto el prosumidor de los años setenta como el que se observa en internet, implican prácticas que son influidas por acciones económicas; las cuales pueden ser invisibles ante el espectro social y económico, diluyéndose en la cotidianeidad. La cual suele normalizar estas actividades, sin percatarse de las transformaciones que implican para la vida social.

De acuerdo con la revista Prosumer Report (2011), en su edición número 1, el concepto de prosumer, se comenzó a usar para determinar a un usuario de tecnologías a partir de 1990. Se vinculaba la parte del término pro con: proactivo, productivo, progresivo, prospectivo y profesional; dándole un nuevo sentido a su significado enfocado en los usos de las tecnologías. A partir del 2000 se observa una proliferación y surgimiento de espacios virtuales; que Prosumer Report (2011) retoma para señalarla como una segunda década del prosumidor enfocada a prosumir en Internet, gracias al surgimiento de varios de los espacios virtuales, denominados coloquialmente redes o medios sociales. A estas plataformas se contribuye que el usuario acceda a la condición de prosumidor, es decir, la web 2.0 ha permitido la transformación del usuario en un activo prosumidor que elige este medio para compartir sus ideas ya que ve “al Internet como efectivo multiplicador del capital intelectual” (Islas, 2008: 36).

Octavio Islas (2008), plantea que el prosumidor de Internet puede ser considerado como un actor comunicativo importante ante una impulsada y buscada sociedad de la información. Islas (2011) en un artículo posterior, retoma su propuesta sobre el prosumidor y lo conceptualiza como un actor comunicativo, pero esta vez en una la sociedad de la ubicuidad; lo concibe como un elemento clave para la evolución mediática (remediaciones) que el Internet experimentará. De acuerdo con Islas (2011), en dicha sociedad cualquier persona puede disfrutar en cualquier lugar y a cualquier hora, de servicios e información a

través de diversos dispositivos tecnológicos, sintetizado bajo la filosofía “anyone, anywhere, anytime”.

Tapscott y Williams (2009), en su libro “Wikinomics” establece que la figura del productor y consumidor se desdibuja en el usuario de Internet, por lo que dedica un capítulo a los prosumidores, definiendo bajo este concepto a los actores sociales tanto en internet como fuera de él. Ambos proponen el surgimiento de un modelo de prosumo para quienes los hacen mediados por internet, sosteniendo que en la web una persona participa en la creación de contenido de una forma activa, continuada, cooperativa y autoorganizada, para producir los productos digitales que consume, es decir, lo consideran no sólo un consumidor, sino también un usuario y productor en internet.

Por otro lado, para la comunicación, el concepto de prosumer presenta retos a resolver de acuerdo con varios autores, como Islas (2008), Mantecón (2010) y Scolari (2008). Lo anterior, de acuerdo con la revisión de los modelos tradicionales que la explicaban frente a personas que emiten y reciben a la vez. La problemática se presenta cuando la persona — como prosumidora— simultáneamente se desempeña como activa productora y consumidora de información en internet. Al consumir, retoma su papel de receptor o audiencia activa, pero al producir y compartir, está haciendo uso de un medio de comunicación como emisor; lo cual estaba reservado a profesionales o empresas de medios.

De ahí que, para explicar la generación de contenidos digitales para ser compartidos en internet, es necesario revisar nuevas teorías y paradigmas teóricos. Los cuales deben ofrecer cuadros integradores que contemplen todos los procesos de la comunicación, generando un marco explicativo de mayor alcance, como lo establece Scolari (2015), con la ecología de medios. Con respecto a la utilidad de este término, propuesto por Alvin Toffler (1981), podemos referir que lo más importante es su enfoque dirigido a definirse por la acción que realiza la persona. Además, de acuerdo con su autor, se puede entender que, al llevar a cabo la acción de crear contenidos para compartir, la persona conduce a nuevos ordenamientos de la vida social. Por ello, podría conceptualizarse como un individuo capaz de cambiar las estructuras sociales y los ambientes en los que se desarrolla.

Diferencias y similitudes entre conceptos

Después de revisar la historicidad de cada uno de los conceptos podemos sintetizar sus particularidades citadas en la tabla 2. En cuanto a su uso para los estudios actuales que retoman ambos conceptos, se observa que no existen variación en su referencia de enunciación, se reconoce a emirec como un concepto dentro de los estudios de las audiencias y a prosumer como un concepto similar al de emirec (Orozco, G., Navarro, E. y García-Matilla, A, 2012;) aun cuando son diferentes desde su historicidad y enunciación.

Tabla 2. Particularidades en la historicidad de los conceptos

Emirec	Prosumer
<ul style="list-style-type: none"> • Emisor- Receptor • Jean Cloutier (1973). • Estudios de la comunicación. • Universidad de Montreal. • Surge en 1973 en <i>La communication audio-scripto-visuelle à l'heure des self-média; ou, L'ère d'Émere.</i> • En 1975 lo identifica como persona receptora y emisora • En 1976 especifica a la actividad de comunicar en tres tiempos: emisión, tratamiento de información y recepción • Centro de la comunicación por emitir y recibir 	<ul style="list-style-type: none"> • Productor- Consumidor • Alvin Toffler (1980). • Ensayos futuristas. • Pensamiento contemporáneo y cambios sociales. • Surge en 1980 en <i>The third wave</i>, el segundo de una trilogía. • Persona que siendo consumidora se implica en actividades de una productora. • Consume, participa, modifica, crea y produce para su uso personal sin fines de lucro • Nuevos estilos de trabajo y ordenación de vida cotidiana

Fuente: Elaboración propia

Al comparar ambos conceptos tal como aparece en la tabla 3 se observan las diferencias y similitudes que podemos ubicar lo cual los distingue, por lo que no deben verse como sinónimos. Sin embargo, esto no es muy considerado o retomado al usar los conceptos en los estudios actuales, ni aun cuando el estudio tiene como objeto el revisar ambos conceptos (Aparici, R., & García-Marín, D, 2018).

Tabla 3. Comparación de conceptos frente a internet

Emirec	Prosumer
<ul style="list-style-type: none"> • En 1983 considera el impacto de la informática en el modo de actuar y pensar • La comunicación como actividad innata y vital, que realiza el ser humano en tres etapas: tiempo de inspiración (recepción), un tiempo de absorción (significado) y una fecha de caducidad (emisión) • En 1994 suma la consideración de interacciones en tiempos y espacios discontinuos; además de señalar que los medios pueden en emirec • En 2001 genera un modelo en el que el emirec es un elemento base 	<ul style="list-style-type: none"> • Se llegada implicaría también el cambio o fin de los medios masificadores • Actividades consideradas como “no económicas”, por ser producción para el uso particular o autoconsumo. • <i>Revolutionary Wealth</i> (2006) Para designar a quienes creamos bienes, servicios o experiencias para nuestro uso o disfrute, antes que para venderlos o intercambiarlos. • Como individuos o colectivos, PROducimos y conSUMIMOS nuestro propio output. • En 2009 surge un modelo de prosumo, en el que identifica a los actores sociales tanto en internet como fuera de él (Tapscott y Williams).

Fuente: Elaboración propia

En los once estudios que hacen uso de ambos conceptos se ubican las siguientes tendencias:

- Privilegiar el uso de emirec sobre el de prosumidor para refiriase a las audiencias como usuarias actividad.
- Prosumer se establece como un término similar o sinónimo al de emirec y se le hace menor referencia en los documentos
- Las menciones a prosumer solo son enunciativas, mientras que emirec presenta mayor relevancia y puede ser un concepto usado que toma mayor relevancia.
- En los pocos estudios en los que prosumer tiene un rol más preponderante su uso va dirigido a definir a una persona por sus acciones las acciones (González, K., & Contreras, L., y Rincón, D, 2013).
- Emirec define a una audiencia, perceptiva, activa, interpretativa frente a los medios y la tecnología.

Conclusiones

A partir de la revisión de los textos en los que surgen estos conceptos y son usados en el contexto del internet, podemos dar cuenta de que no son sinónimos, puesto que parten de contextos diferentes, si bien con ambos se puede referir al mismo actor social como signifiante, su significado no es el mismo, ya que éste cambia como señala Blanco (2012) y varía a lo largo del tiempo, pero a través de reforzamientos se hace posible su emergencia o como denominaría Dosse (2007) una apropiación y reapropiación constante del concepto a través de los lectores.

La revisión de ambos conceptos, nos muestra dos diferencias significativas que podemos obtener a partir del contexto de enunciación de sus obras como se observan en la tabla 4. En interesante ver al que señalar las diferencias podemos coincidir con el señalamiento que hace Calvo (2006) sobre que “ahora todos somos emisores y receptores, dependiendo de nuestra situación en el proceso comunicativo. Somos prosumer (productor y consumidor) y emirec (emisor y receptor)” (p.26). Aun cuando refieran aspectos diferentes, una misma persona puede ser ambos en cierto momento, depende como se aborde el estudio que se realice y hacia donde se dirijan las observaciones.

Tabla 4. Diferencias entre conceptos

Emirec	Prosumer
<ul style="list-style-type: none"> • Proceso interno en un actor social. • Independencia de los cambios que pueda generar la exterior o el medio que use como soporte. • Proceso de ajuste diacrónico en comunicación por su autor. • Característica intrínseca al ente que se comunica, sea éste un ser humano o una tecnología. 	<ul style="list-style-type: none"> • Actor social con respecto a una práctica. • Su interés está en la práctica y los cambios de que ella se derivan. • Apropriado por otros autores/as para contextualizarlo en el campo. • Implica una acción que no es intrínseca a una persona de manera natural, sino que tiene la elección de llevarla a cabo y/o desarrollarla.

Fuente: Elaboración propia

La primera diferencia entre los conceptos consiste en que, prosumidor más que una carga economicista, establece al actor con respeto a una práctica social que genera cambios, su interés está en la práctica y los cambios de que ella se derivan; mientras que emirec lo considera un proceso interno en el actor social con independencia de los cambios que pueda generar la exterior o el medio que use como soporte.

La segunda es que el concepto de emirec tuvo un proceso de ajuste diacrónico por su creador para explicar al actor social frente a las tecnologías como el internet; mientras que el prosumidor, ha sido retomado por otros autores para contextualizarlo frente a éste mismo referente, ya que se adapta mejor a explicar cambios por su enfoque en la actividad como práctica generadora de los mismo.

Si bien existen coincidencias entre ambos conceptos, como la constante de un retorno a un estadio inicial y la influencia económica, emirec señala la existencia de una característica intrínseca al ente que se comunica, sea éste un ser humano o una tecnología. No obstante, el generar contenidos digitales para compartir no es algo que todas las personas realicen, ni siquiera siendo usuarias de internet; por lo que el término emirec se quedaría corto ante la posibilidad de definir a este tipo particular de internautas.

En este sentido, prosumer implica a una persona que realiza una acción que no es intrínseca a ella de manera natural, sino que tiene la elección de llevarla a cabo y desarrollarla; por lo tanto, es un término que explica mejor al internauta y su actividad.

Emirec considera que un ente (ser humano o maquina) emite contenidos, pero no necesariamente éstos deben ser producidos particularmente por él. En cambio, el prosumer sí considera que el contenido debe ser producido por la persona, e implica una acción que ella debe realizar.

También se debe considerar que prosumer, como término, admite mayor flexibilidad para abordar la actividad de creación de contenidos como un proceso de producción. Puede considerarla como una práctica sistemática de generación de contenidos en el tiempo; lo cual implica constancia y recursos destinados a ella, así como el desarrollo de estrategias que permitan su continuidad, como lo es: la profesionalización de la persona, retribución económica por contenidos, entre otras.

Referencias

- Aguaded-Gómez, J., & Caldeiro-Pedreira, M., y Rodríguez-López, J. (2015). ¿Qué nos muestran las pantallas?: La mirada crítica adolescente en el marco de las industrias culturales y del pensamiento actual. *Alteridad. Revista de Educación*, 10 (1), 8-20.
- Andrés, G. (2011). *El prosumo digital. ¿Una nueva forma de consumo cultural?* Trabajo presentado en las XV Jornadas Nacionales de Investigadores en Comunicación. Recorridos de Comunicación y Cultura. Repensando Prácticas y Procesos, Argentina. (Recuperado de: <http://www.redcomunicacion.org/memorias/pdf/2011goandresgonzalo.pdf>)
- Aparici, R., & García-Marín, D. (2018). Prosumidores y emirecs: Análisis de dos teorías enfrentadas. *Comunicar*, XXVI (55), 71-79. (Recuperado de: <http://dx.doi.org/https://doi.org/10.3916/C55-2018-07>)
- Blanco, J. (2012). Hacia una teoría operativa del significado. *Ariadna histórica. Lenguajes, conceptos, metáforas*. (1), 41-79. (Recuperado de: <http://www.ehu.es/ojs/index.php/Ariadna>)
- Calvo, E. (2006). Periodistas y profesoras como transmisores de conocimiento. *Revista de Comunicación de la SEECI*, (13), 20-33.
- Castells, M. (2001). *La era de la información. La sociedad-red. Vol.1*. México: Siglo XXI.
- Cloutier, J. (1970) L'audio-scripto-visuel. *Communication et langages*. (7), 78-86. DOI: 10.3406/colan.1970.3826. (Recuperado de: http://www.persee.fr/web/revues/home/prescript/article/colan_0336-1500_1970_num_7_1_3826)
- Cloutier, J. (1973). La communication audio-scripto-visuelle. *Communication et langages*. (19), 75-92. DOI: 10.3406/colan.1973.4033 (Recuperado de: https://www.persee.fr/doc/colan_0336-1500_1973_num_19_1_4033?q=enseigne+graphisme)
- Cloutier, J. (1975). Insertion de l'audio-visuel à l'université. *Communication et langages*. (25), 19-36. DOI: 10.3406/colan.1975.4174(Recuperado de: https://www.persee.fr/doc/colan_0336-1500_1975_num_25_1_4174).

- Cloutier, J. (1979). L'audiovisuel remis en question. *Communication et langages*. (41-42), 39-51. DOI: 10.3406/colan.1979.1287 (Recuperado de: https://www.persee.fr/doc/colan_0336-1500_1979_num_41_1_1287).
- Cloutier, J. (1983). Emérec et le monde en.. tique. *Communication et langages*. (57), 67-78. DOI: 10.3406/colan.1983.1577 (Recuperado de: https://www.persee.fr/doc/colan_0336-1500_1983_num_57_1_1577).
- Cloutier, J. (1994). L'audioscriptovisuel et le multimédia. *Communication et langages*, (99), 42-53. DOI: 10.3406/colan.1994.2492. (Recuperado de: http://www.persee.fr/web/revues/home/prescript/article/colan_0336-1500_1994_num_99_1_2492).
- Cloutier, J. (2010). Historia de la comunicación. Aparici, R. (Ed.), *Conectados en el ciberespacio* (pp. 37-44). Barcelona: UNED.
- Correa, R., Duarte, A., y Guzmán, M. (2017). Horizontes educativos de los videojuegos. Propuestas y reflexiones de futuros maestros y educadores sociales. *Educar*, 53 (1), 67-88.
- Dosse, F. (2007) *La marcha de las ideas*. Valencia: PUV
- Giddens, A. (2011). *La constitución de la sociedad. Bases para la Teoría de la Estructuración*. Buenos Aires. Madrid: Amorrortu editores.
- González, K., & Contreras, L., y Rincón, D. (2013). Caracterización y ejemplificación del docente-prosumidor desde la web 2.0 en educación superior. *Revista Virtual Universidad Católica del Norte*, (40), 53-67.
- González, K., & Rincón, D. (2013). El docente-prosumidor y el uso crítico de la web 2.0 en la educación superior. *Sophia*, (9), 86-101.
- Gutiérrez, A., y Torrego, A. (2018). Educación Mediática y su Didáctica. Una Propuesta para la Formación del Profesorado en TIC y Medios. *Revista Interuniversitaria de Formación del Profesorado*, 32 (1), 15-27.
- Islas, O. (2008). El prosumidor. El actor comunicativo de la sociedad de la ubicuidad. *Palabra Clave*, 11 (1), 29-39. (Recuperado de: <http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/pdf/649/64911103.pdf>).
- Islas, O. (2010). Internet 2.0: el territorio digital de los prosumidores. *Revista de Estudios Culturales*, (5), 43-64. (Recuperado de: <http://granat.boumort.cesca.es/index.php/comunicar/article/download/c33-2009-02-002/5952>).

- Islas, O. (2011). La sociedad de la ubicuidad, los prosumidores y un modelo de comunicación para comprender la complejidad de las comunicaciones digitales. *Revista ALAIC*, (7). (Recuperado de: <http://www.alaic.net/revistaalaic/index.php/alaic/article/download/45/44>).
- Mantecón, R. (2010). Del público al prosumidor. Nuevos retos para los estudios de consumo cultural. *Entretextos*, 2 (6), 37-42. (Recuperado de: <http://entretextos.leon.uia.mx/numeros/06/entretextos06-art06.pdf>).
- Mattelart, A. (2018). *Historia de la sociedad de la información*. México: Paidós.
- McLuhan, M. (1996). *Comprender los medios de comunicación. Las extensiones del ser humano*. Barcelona: Paidós Ibérica.
- McLuhan, M., Fiore, Q. y Angel, J. (1988). *El medio es el mensaje*. España: Paidós Estudio.
- Orozco, G., Navarro, E. y García-Matilla, A. (2012). Desafíos educativos en tiempos de auto-comunicación masiva: la interlocución de las audiencias. *Comunicar*, XIX (38), 67-74.
- Osuna, S., Lazo, C., y Aparici, R. (2012). Valores de la formación universitaria de los comunicadores en la sociedad digital: más allá del aprendizaje tecnológico, hacia un modelo educomunicativo. *Razón y Palabra*, 17 (81).
- Osuna-Acedo, S., Frau-Meigs, D., y Marta-Lazo, C. (2018). Educación Mediática y Formación del Profesorado. Educomunicación más allá de la Alfabetización Digital. *Revista Interuniversitaria de Formación del Profesorado*, 32 (1), 29-42.
- Prosumer. (s.f.). *Oxford Dictionaries*. (Recuperado de: <http://oxforddictionaries.com/definition/prosumer?region=us>).
- Prosumer Report. (2011). *The Second Decade of Prosumerism*. Euro RSCG Worldwide Vol.10. (Recuperado de: http://my.eurorscg.com/ext/euro/email/2011/02/Second_Decade_of_Prosumerism.pdf).
- Rubio, S. (2010) Modelo emerec de comunicación. Aparici, R. (Ed.), *Conectados en el ciberespacio* (pp.37-44) Barcelona.
- Scolari, C. (2015). *Ecología de los medios. Entornos, evoluciones e interpretaciones*. Barcelona: Gedisa.
- Tapscott, D. (1997). *The digital economy. Promise and peril in the age of networked intelligence*. Estados Unidos: McGraw Hill.
- Tapscott, D. y Williams, A. (2009). *Wikinomics. La nueva economía de las multitudes inteligentes*. México: Paidós.

Toffler, A. (1981). *La tercera ola*. México: Edivisión.

Weber, M. (1973). *Ensayos sobre metodología sociológica*. Buenos Aires: Amorrortu.