

LOS CONTENIDOS DIGITALES

LA ERA DEL PROSUMER



Autor: Marcelo García Almaguer

Durante el reinado de los medios tradicionales de comunicación, la audiencia era considerada como mayormente pasiva. **La televisión, la radio y la prensa ofrecían mensajes al público** que, ante la falta de un mecanismo de retroalimentación, generaban poca o nula interacción.

Twenty-three koalas rescued from the fires have been treated at the Koala Hospital.

Credit... Saeed Khan/Agence France-Presse – Getty Images

Sin embargo, la llegada del internet cambió esto, instaurando la era del **prosumer**.

El **prosumer** es participativo: busca que su opinión sea escuchada y, para ello, utiliza las herramientas que tiene a su disponibilidad. Adapta y recrea los mensajes, añadiéndoles su propia visión del tema; es activo, colaborativo e innovador.

Sin su participación ningún movimiento digital sería posible. Al tiempo que consume, crea significados nuevos que permiten expandir la causa hacia horizontes insospechados.

No hay que perder de vista esto al plantearnos dos preguntas esenciales:

- 1) ¿por qué creamos contenidos?**
- 2) ¿para quiénes lo creamos?**

Todo mensaje debe estar orientado hacia un principio básico: inspirar a las personas a generar acciones a partir de los contenidos, a motivarlos no sólo a reproducir los mensajes de nuestra casa, sino a producir sus propias versiones.

García Almaguer, Marcelo: *Movimiento Digital, cómo articular causas a través de redes sociales.* (2018). Puebla. IEXE Editorial.

