

## **VIDEOBLOGGING, ¿UNA NUEVA FORMA DE DIFUSIÓN DE CULTURA?**

Emmanuel Rivera Cruz<sup>1</sup>

### **Resumen**

Una investigación basada en la generación de una cultura de masas promovido por la tecnología, mediante los blogs, y cómo estos han crecido al punto de llegar a ser videos en los cuales se pueda difundir un punto de vista, defender una postura o dar a conocer algo más instirucional y/o mediatizado.

### **Palabras clave**

Cultura, Cultura de Masas, Cibercultura, Blog, Videoblog

### **Abstract**

It's about an investigation based on generate a mass culture promoted by technologie, through the blog and how they have grown up untill the point of been videos in wich you can spread a point of view, defend a posture or give the knowdlege of something more institutinal and/or comercial

### **Keywords**

Culture, Mass Culture, Cyberculture, Blog, Videoblog

## **1. Cultura**

### **1.1 Concepto**

Para poder hacer un concepto clave de lo que significa la cultura, se requiere de distintas visiones, como el área de la antropología, psicología, etc. por lo que solamente se tratará de dar un enfoque general de lo que una sencilla palabra trata de definir.

Para comenzar con tan difícil tarea, una de las primeras personas que dio la definición del concepto de cultura fue precisamente un antropólogo llamado Edward B. Taylor (1871) quién mencionaba que la cultura era un compleja totalidad entre el conocimiento, la creencia, el arte, la ley y moral, su costumbre y otros hábitos adquiridos por el hombre como miembro de la sociedad.

Debido a esta definición, “creemos que la cultura es más una actividad procesual que como producto” (Pose, 2006, p. 19), debido a que todo esto no se aprende o no se puede adquirir como se hace con un producto, más bien es un proceso largo que se va adquiriendo con el paso del tiempo. El hecho de hacer cultura implica tanto objetos materiales como conceptuales, llámense experiencias.

Es por eso que podemos definir de una mejor forma a la cultura como un “conjunto de símbolos y objetos que son aprendidos, compartidos y transmitidos de una generación a otra por los miembros de una sociedad, por tanto, es un factor que determina, regula y moldea la conducta humana.” (Thompson, 2006, p. 1)

### **1.2 Características**

- La conducta humana está siempre presente, ya que sin ella la cultura no se podría crear y transmitir.
- Es aceptada por los miembros de cada sociedad.
- La cultura moldea la conducta de las personas.
- Comprende un código simbólico como lo es la lengua para poder comunicarse entre ellos efectivamente.

- Es aprendida mas no aprehendida

## **2. Cultura de Masas**

### **2.1 Concepto**

Hacia la segunda mitad del siglo XX, se comenzó a debatir sobre la aparición de las multitudes en la vida social, lo cual a partir de las tecnologías de la comunicación, se transformaron en un gran fenómeno.

“La industria cultural, irrumpe en el escenario con novedosas propuestas, por cierto, en muchos casos, más que cuestionables. El concepto de cultura de masas es un término ambiguo que pretende incluir los medios de comunicación.” (Pose, 2006, p. 18)

### **2.2 Características**

- a) Las innovaciones tecnológicas abren, sin duda, nuevos caminos y nuevas posibilidades de creación, consumo y participación cultural, pero a menudo se tiende a exagerar, quizás interesadamente, las "extraordinarias" implicaciones sociales.
- b) Se tiende a destacar los aspectos más superficiales y más efímeros.
- c) Prejuicios: masificación, uniformización y vulgarización cultural.
- d) Se utiliza el término cultura:
  - Con falta de precisión.
  - Incluyendo o excluyendo según los contextos sociales e históricos. Sobrevalorando la importancia de los manipuladores
  - Subestimando la capacidad de respuesta de las personas en concreto.
  - Sin tener en cuenta los procesos de apropiación y recepción social.

### **2.3 Apocalípticos e Integrados**

Los aristócratas serán pues, los pesimistas, o los apocalípticos mientras que los optimistas, serán llamados integrados. En las propias palabras de Eco:

- Los apocalípticos  
“Si la cultura es un hecho aristocrático, cultivo celoso, asiduo y solitario de una interioridad refinada que se opone a la vulgaridad de la

muchedumbre la mera idea de una cultura compartida por todos, producida de modo que se adapte a todos, y elaborada a medida de todos, es un contrasentido monstruoso. La cultura de masas es la anticultura. Y puesto que ésta nace en el momento en que la presencia de las masas en la vida social se convierte en el fenómeno más evidente de un contexto histórico, la «cultura de masas» no es signo de una aberración transitoria y limitada, sino que llega a constituir el signo de una caída irrecuperable, ante la cual el hombre de cultura (último superviviente de la prehistoria, destinado a la extinción) no puede más que expresarse en términos de Apocalipsis." (Eco, 1968, p 112)

En los apocalípticos se puede observar una cierta desconfianza en las nuevas técnicas de creación y difusión culturales desde la misma visión aristocrática, ya que es inconcebible una cultura popular.

- Los Integrados

"En contraste, tenemos la reacción optimista del integrado. Dado que la televisión, los periódicos, la radio, el cine, las historietas, la novela popular y el Reader's Digest ponen hoy en día los bienes culturales a disposición de todos, haciendo amable y liviana la absorción de nociones y la recepción de información, estamos viviendo una época de ampliación del campo cultural, en que se realiza finalmente a un nivel extenso, con el concurso de los mejores, la circulación de un arte y una cultura «popular». Que esta cultura surja de lo bajo o sea confeccionada desde arriba para consumidores indefensos, es un problema que el integrado no se plantea. En parte es así porque, mientras los apocalípticos sobreviven precisamente elaborando teorías sobre la decadencia, los integrados raramente teorizan, sino que prefieren actuar, producir, emitir cotidianamente sus mensajes a todos los niveles. La fórmula «apocalípticos e integrados» no plantearía la oposición entre dos actitudes sino la predicación de dos adjetivos complementarios, adaptables a los mismos productores de una «crítica popular de la cultura popular»" (Eco, 1968, p 124)

En los integrados podemos observar una reacción optimista, en la que se vive de la cultura y no se preocupa por la cultura, ya que la misma se produce en un momento histórico en que la masa entra como protagonista en la vida cultural. Es por eso que la masificación es sinónimo de democratización cultural.

Por lo tanto Idoneos Comunicación (s.f) cita a Eco, quien considera que:

“El error de los integrados es defender al extremo la cultura de masas creyendo que la multiplicación de los productos culturales es buena en sí misma.” Por otra parte, los apocalípticos confían que es posible proporcionar una cultura que evite el condicionamiento industrial. Esto sería un error, puesto que no tiene sentido considerar que la cultura de masas es mala solo por el hecho de que sea industrial.”

#### **2.4 Rasgos importantes**

La cultura de masas es considerada como una cultura técnica ya que los procesos de comunicación son mediatizados por instrumentos tecnológicos que no son ni transparentes, ni neutrales, ya que el trabajo primordial está centralizado en la producción y difusión.

Su público es esencialmente vulgar, no por el tipo de personas al que se tiene alcance, más bien los productores y los mass media tratan a los espectadores como si fueran masa, y no fueran individuos usando un flujo de comunicación unidireccional, en el que la información solo es enviada al usuario sin espera de una respuesta (retroalimentación).

Así mismo, para no tener problemas de comunicación las productoras hacen que los mensajes que son enviados a la audiencia se tengan que simplificar para que todo el mundo pueda asimilarlos.

Este tipo de cultura se dice que es imperialista por el simple hecho de ser producida a escala industrial para posteriormente ser difundida a escala planetaria, además que también es una cultura depredadora ya que viene a sustituir la cultura popular tradicional.

Otro de los rasgos más importantes de la cultura de masas es que es conservadora en el sentido a que tiende a reforzar los gustos existentes en lugar de crear nuevos proyectos para nuevos públicos. No utilizando así la ley de la oferta y la demanda en cuanto a programación, ya que el único criterio lo constituyen los índices de audiencia.

Se tiende a afirmar que los mass media promueven una visión pasiva, conformista y acrítica del mundo ya que cada vez se necesitan productos más fuertes e impactantes que además de todo proporcionan una inmensa información sobre el presente y devalúan toda información

pasada. Gracias a todos estos hechos se puede ver una intensificación en el peligro de manipulación.

Para concluir se comenta también que dicha cultura es inmoral ya que se trata de productos vulgares y producidos en serie de escasa calidad estética y dudosa moralidad.

### **3 Cibercultura**

Como se vio anteriormente la cultura es transmitida de una generación a otra por medio del lenguaje, gracias a la globalización que se está viviendo hoy en día, esta transmisión de cultura se está viendo mediatizada por nuevas simbolizaciones.

Las relaciones interpersonales que se dan en la ciudad con esta mediatización ahora se ven reflejadas en las nuevas costumbres sociales derivadas de las TIC (Tecnologías de Información en Comunicación). Gracias a estos avances, se ha creado el término *e-inclusion*, la cual la Unión Europea la define como un proceso para garantizar que las personas que se encuentran en riesgo de ser excluidos obtengan las oportunidades y recursos necesarios para poder participar de manera activa en la sociedad, aplicando esto al término informático, quiere decir que el *e-inclusion* es el proceso que permite a las personas disfrutar de todos los derechos y oportunidades derivadas al acceso de las TIC, siendo estas mismas un medio para dicho aprendizaje reduciendo la brecha digital que se ha creado durante el periodo de apogeo de la era cibernética.

Gracias al avance que se ha dado por medio de las TIC –si se puede llamar avance– a través de los medios electrónicos nos hemos convertido en ciudadanos de esas múltiples comunidades, ya que navegar “es internarse en un universo de las migraciones permanentes, un peregrinar posmoderno.” (Pose Porto, 2006, p37)

La cultura digital o *cibercultura* es ahora el nuevo concepto que define la cultura y la sociedad, abarcando todo lo que sea movimiento y evolución cultural a través del prefijo *ciber*, donde el canal de desarrollo es el propio flujo tecnológico.

Pose (2006) menciona que esta cultura digital, habla en concreto del *net art*, la música electrónica, la cultura de clubes, etc.; de la llamada edición *post-media* que son los periódicos y revistas en formato digital, portales en la red, webs y blogs personales etc., incluso de los dispares fenómenos de la *manta* o del *ticketing*. Todos éstos siendo fruto de la imparable irrupción de las nuevas tecnologías en nuestro día a día.

Definitivamente, el termino de cibercultura se puede usar como un cultura multimedia, una cultura que se vive no en un lugar físico sino en el ciberespacio, donde no existe el tiempo preciso para la actividad, ya que todo es instantáneo, a decir verdad, ya son muchos movimientos tanto artísticos como culturales los que se van uniendo al internet para poder exponer sus productos a la población con capacidades tecnológicas y económicas para consumirlo. Cabe mencionar que esta cultura no necesita de intermediarios ya que el propio creador puede ponerlo a disposición de todos.

Pose (2006) menciona que ya no somos simples consumidores de información, ya que nos hemos convertido tanto en receptores como emisores de la misma, puesto que con el internet todos podemos ser productores potenciales.

#### **4 De blogueros a video blogueros**

Para poder hablar de la evolución bloguera que se ha dado hasta la aparición de los videoblogs es necesario hablar un poco de su definición y la historia de cómo este gran fenómeno cibernético se ha desarrollado en tan poco tiempo.

##### **4.1 El comienzo bloguero**

Como definición de la palabra blog, se puede decir que son páginas webs personales. Al ser un formato virtual, centrado en una persona, ésta puede subir cualquier tipo de información, ya que el contenido es lo importante y no hace falta que se sepa de programación o de diseño gráfico para poder crear uno propio.



A continuación se observa el nombre del blog (DrEaMs, PoEmS & mOrE) y una pequeña descripción que el autor pone del mismo. Después, dependiendo del diseño que el autor le dé, podemos observar dos bandas, a la izquierda los post o publicaciones que se hacen (en orden cronológico) y a la derecha la información del autor y de sus archivos.

Como bien se mencionada el blog puede ser diseñado de una forma muy simple, debido a que el mismo portal web, en este caso *Blogger* tiene plantillas predeterminadas que puedes modificar si tienes algún conocimiento de diseño. Además de lo que se observa en las barras se pueden agregar más aplicaciones como la de enlaces a web de interés, galería de fotos, noticias, videos, encuestas, entre más cosas que con el tiempo y con la tecnología se van creando.

En la siguiente imagen (imagen2) podemos observar de manera clara, la barra de los datos personales, así como una foto que identifica al autor del blog. Después de observa el apartado del archivo en el que se ordena de forma cronológica los posts que el usuario sube a la red. Y dependiendo del gadget que se agregue se puede hacer más larga esta barra. En este caso se agrega el de seguidores, los cuales aparecen con un enlace hacia su perfil y están identificados con una foto de igual manera.



Imagen 2

En la imagen3, hablaremos precisamente del post como tal. Primero que nada podremos ver en la parte superior la fecha en la que es publicado el post, seguido del título del mismo. A continuación se redacta el contenido de la publicación, ésta puede ser editada como si fuera un procesador de textos, por medio de formato, tipología, color, alineación, tamaño, etc. En la parte inferior de la imagen3 se observa en primera instancia (de izquierda a derecha) la publicación por quien fue hecha, esto quiere decir el nombre del autor, y la hora exacta en que se subió a la red. Y al final se puede observar el número de comentarios que ha recibido la misma, este es un enlace a una nueva pantalla para poder dejar un comentario o simplemente ver los que se han hecho.



Imagen 3

Para poder hacer un comentario es necesario contar con una cuenta en Google, WordPress, AIM, OpenID, entre otras más.

En los comentarios (imagen4) que se escriben, se ve la foto de la persona que escribe y su texto. A continuación la fecha en la que se publicó dicho comentario. Si eres el dueño del blog, junto a la fecha se ve un bote de basura para poder eliminar el comentario si no ha sido de tu agrado.



Imagen 4

En la imagen 5 podemos observar la forma en la que está estructurado un blog y como el diseño del mismo es muy sencillo y fácil para cualquier persona con conocimientos en computación. Se ve como está organizado el blog, y cada sección puede ser distribuida como el usuario le agrada, se puede usar la vista previa, para ver el diseño en forma y así guardar o si no es de agrado se dan borrar cambios y se comienza de nuevo o se deja como estaba.

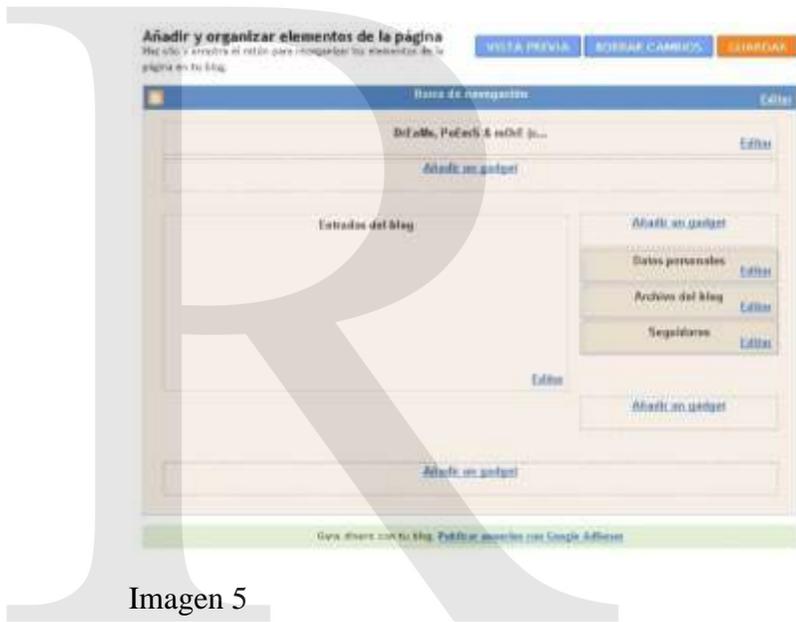


Imagen 5

### 4.3 Blogs como nuevo mass media

Los nuevos blogs creados, en principio son individuales y personales a excepción de los que son creados por un grupo de personas, tienen un nuevo funcionamiento el cual es sin editores de por medio, y sin plazo fijo de publicación; no tiene alguna finalidad lucrativa y su único interés es el de la información o ser un simple medio de expresión. Algo particular es que son más personales.

Uno de los efectos principales que existieron en la creación de estos blogs virtuales fue el de la agenda pública, debido a que ésta ya no estaba marcada exclusivamente por los grandes medios como son televisión, radio y prensa. Todo esto gracias a la transparencia que existe en las publicaciones que se realizan en los diversos blogs.

Hay muchas razones por la que las personas comienzan a apropiarse de este nuevo medio de expresión, entre las que se encuentran son la necesidad de expresarse, compartir opiniones, querer integrarse a la comunidad, exploración artística, terapia, política, etc.

En la actualidad los blogs son utilizados, además de personas “comunes”, por muchos periodistas, principalmente los llamados *FreeLancer* ya que ocupan el blog para

mantenerse visibles. También los estudiantes de periodismo y los recién egresados utilizan el medio para irse forjando en el mundo laboral y dar a conocer su estilo y su nombre.

#### **4.4 Los rasgos blogueros**

En el año 2004, entre los meses de mayo y julio, Gemma Ferreres, creó un formulario en línea para que diversos blogueros y lectores contestaran unas sencillas preguntas para observar el uso del mismo. En dicha encuesta participaron 1125 blogueros y 537 lectores de blogs.

En dicha encuesta se pudieron observar varios datos interesantes como los siguientes:

- Se llega por accidente a un blog, y te conviertes en lector. Después de un tiempo creas tu propio blog.
- Los blogs personales son los más leídos, después son los tecnológicos.
- El enlace es un elemento básico en un post, ya que los lectores siguen los links frecuentemente.
- Un blog es una forma libre de expresión, de creación y de compartir conocimiento.
- Un 22% de los blogueros espera a la noche para actualizar su blog, mientras que el 60% lo hace cuando llega la noticia o la inspiración.
- El tiempo que se le dedica en la creación es de media hora. El 23% de los blogueros pertenece a alguna red social.
- El perfil es el de un usuario con conocimientos avanzados de Internet.

#### **4.5 Fenómeno Videobloguero**

Los videoblogs son quizá el rasgo más interesante de la llamada web 2.0, debido al desarrollo que ha tenido en tan poco tiempo. Su término no es algo tan complicado, se puede simplificar a que es una galería de clips de video, que al igual que un blog escrito, están ordenados cronológicamente.

Todo empezó el 2 de enero de 2000, cuando Adam Kintras creó el primer videoblog propiamente dicho llamado The Journey. Pero lo hizo demasiado pronto, aún no era común el uso de la banda ancha en los hogares, y el tiempo necesario para descargar un video era

muy elevado, y costoso por otro lado. En aquella época para ver un video primero era necesario descargarlo al ordenador local, posteriormente se podía visualizar, y era impensable poder visualizarlo en tiempo real en el navegador.

En España el fenómeno se introdujo en el año 2005, y más concretamente el 11 noviembre del mismo año, cuando se grabó el primer capítulo de VLOG.ES el primer videoblog en español.

Actualmente existen multitud de aplicaciones de edición de vídeo, pero en aquella época el costo era muy elevado, y en vlog.es se optó por utilizar una cámara de fotos para grabar el video y un mini disc para grabar el sonido, la unión, posteriormente en edición se mezclaban ambos componentes para poder generar el vídeo definitivo.

El elemento diferenciador no era en esa época el video en sí, sino la evolución que suponía con respecto al blog el incorporar imágenes en movimiento creadas por los mismos autores, aportando sentimiento y contexto a un contenido que en principio era meramente estático plasmado en un texto.

Los videobloggers de la época tuvieron que unirse virtualmente mediante listas de distribución, principalmente alojadas en Yahoo, diferenciándose principalmente por idioma. El primer idioma en la lista fue el inglés, luego en francés y finalmente en español, sin embargo, en la lista en español, en 2006 se produjo una incompatibilidad debido a dos corrientes que se generaron, una basada en el videoblogging como negocio, y una segunda basada en el videoblogging como herramienta comunicativa.

Mientras que al principio la técnica era enorme, en tan sólo 2 años de avances las limitaciones se han prácticamente desaparecido, gracias a la puesta en marcha de servicios como YouTube o Blip.tv7.

#### **4.6 Características Vlogueras**

Los creadores de los videos al momento de hacer su publicación pueden autorizar o no la adición de comentarios o respuestas por medio de un video. Los vlogs o videoblogs como

bien se mencionaba son la evolución lógica de los blogs, por lo que se han utilizado los mismos sistemas y canales de distribución.

En sus inicios se codificaban vídeos de pequeño tamaño (340 x 280 píxeles) que son colgados de una página web, pero gracias a la banda ancha y los nuevos códec actualmente se pueden ver videoblogs en HD o tamaños muy parecidos.

El estándar actual es 640 x 480 muy utilizado para el iPod y AppleTV, aunque muchos videoblogs actualmente están utilizando el formato 16:9 o pantalla panorámica, más propio de la televisión digital.

Los videoblogs actualmente se producen con una calidad muy elevada debido principalmente a la bajada de los precios de la tecnología necesaria, tanto hardware como software, y los contenidos cada vez son de mayor calidad, tanto en la parte técnica (edición) como en el contenido.

Se puede observar claramente que en un blog el creador se expresa y se comunica a través del texto, pues en el videoblog el protagonista absoluto es el vídeo, puesto que es el contenido que aporta más información en comparación con el audio o el texto. Aquí es más importante lo que se ve, lo que se dice, la cara que pone la gente e, incluso, los mismos silencios.

"Somos la generación de la imagen, pero muchas veces no sabemos cómo interpretar lo que vemos, porque en la escuela no se enseña cómo se hace una buena composición, un buen plano o la razón de un encadenado", menciona Joan Planas.

También menciona que esa falta de educación audiovisual provoca que los vídeos de más éxito en YouTube9 "no sean unas maravillas" y sean "simplemente burlas". Este director de cine defiende que con formación en esta materia la gente produciría y querría ver vídeos mejores, aunque admite que puede haber pequeños vídeos 'virales' que triunfen, sin necesidad de que estén muy elaborados.

## **5. Conclusión: Un caso práctico.**

El videoblogging nació siendo algo muy minoritario y complejo hasta llegar al día de hoy donde ha sido incorporado en los medios tradicionales llegando a ocupar un espacio muy importante. Su concepto ya prácticamente ha desaparecido, porque ha sido rápidamente absorbido por los medios de comunicación y por usuarios que no necesitan tener un blog para poder mostrar sus vídeos.

En la actualidad podemos observar como en muchas páginas de internet ya existe la posibilidad de ver un video al momento. El mundo de las noticias y los periódico online es frecuente que se suban notas para dar mayor impacto.

Es verdad que la frase “una imagen dice más que mil palabras” es muy cierta, vivimos en una época en la que las personas ya no se dejan impactar tan fácilmente, cada vez es necesario crear escenarios más fuertes para que los espectadores sigan viendo el programa de TV o la nota en las noticias.

Los vlogs vienen a poner una diferencia a toda esta situación mediática, ya que, aunque los que tienes vlogs o suben video no tienen los recursos para poder hacer efectos especiales, ellos se validan en que la información sea la que el usuario quiere, y así poder atraer a su propio público.

Para poder entender más de los videoblogs, como presentación del tema creé un video explicando lo que viene en esta pequeña investigación teórica. Algo que cabe resaltar al momento de su creación fue el elegir una postura “apocalíptica” o “integrada” según menciona Umberto Eco, ya que uno tiene que ver al público que va dirigido, ya sea uno especializado o no.

Es por eso que entre en conflicto, ya que algunos temas eran especializados y otros de conocimiento en común, por lo que me llevo a reflexionar, que aunque los medios de comunicación hacen que la información sea para todos, hasta cierto punto es bueno, ya que si nos hablan con tecnicismos tal vez entenderíamos.

Es así como los vlogs han funcionado y evolucionado en tan poco tiempo, ya que la información que se dice es fácil de entender, mas no lo dicen como si uno fuera una persona discapacitada que no entiende nada.

Para finalizar, quisiera responder la pregunta del título del tema, Videoblogging ¿un nuevo medio de difusión de cultura? Desde mi punto de vista creo que es muy probable que los vlogs avancen a un punto en el que tendrán más peso que los medios tradicionales, aunque con este mismo avance es probable que sea mediatizado y pierda el poder de atracción que tiene ahora.

## Bibliografía y webgrafía

Arregoces, B. (2007) Los videoblogs se consolidan en España [En línea] Acceso [16/05/10] disponible en <http://www.consumer.es/web/es/tecnologia/internet/2007/11/28/172039.php>

Collado, E. (2010) Del videoblog a YouTube - la historia del videoblogging. [En línea]. Acceso [16/05/10] disponible en: <http://eduangi.com/2010/02/24/del-videoblog-a-you-tube>

DeFleur, M., Kearney, P., Plax, T. G., DeFleur, M. L. (2005) Fundamentos de comunicación humana. México: McGraw-Hill.

Eco, U. (1968) Apocalípticos e Integrados ante la cultura de masas. Barcelona: Ed. Lumen.  
Fornells, I. (2010) Cultura de masas. Apuntes clase Dimensión Social, Cultural y política de la comunicación. UdL . 27 Abril de 2010.

Herrero, J. (2002) ¿Qué es cultura? [En línea]. Acceso [30/04/10] disponible en [www.sil.org/capacitar/antro/cultura.pdf](http://www.sil.org/capacitar/antro/cultura.pdf)

Idóneos Comunicación (s.f.) Umberto Eco [En línea]. Acceso [16/05/10] disponible en [http://comunicacion.idoneos.com/index.php/336369#Cultura\\_de\\_Masas](http://comunicacion.idoneos.com/index.php/336369#Cultura_de_Masas)

Ortol Espinet, E., Casacuberta Sevilla, D., Collado Bolívar, A. J. (2007). La alfabetización digital en los procesos de inclusión social. Barcelona: OUC.

Pose Porto., H. M. (2006) La cultura en las ciudades. Barcelona: GRAO

Rojas Orduña, O.I., Alonso, J., Antúnez J.L., Orihuela, J.L., Varela, J. (2006). Blogs. La conversación en internet que está revolucionando medios, empresas y a ciudadanos. Madrid: ESIC Editorial.

Thompson, I. (2006). Definición de cultura [En línea]. Acceso [30/04/10] disponible en <http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/cultura-definicion.html>

---

<sup>1</sup> Estudiante de la Lic. en Cs de la Comunicación. Emmanuel Rivera Cruz. Benemérita Universidad Autónoma de Puebla. Puebla, Pue. Méx. [emmanuel\\_rivera\\_cruz@hotmail.com](mailto:emmanuel_rivera_cruz@hotmail.com)