

La creación en comunidad y los hipertextos culturales latinoamericanos para la Web*

Community creation and Latin American cultural hypertext for the Web

Recibido: 27 de abril de 2015 – Aceptado: 09 de agosto de 2015

Andrea Cuenca Botero**

Resumen

Este trabajo pretende hacer un análisis entre las distintas teorías que abordan la creación por niveles de participación, es decir aquellas realizadas por comunidades que cooperan en un acto creativo. El fin que persigue el texto es contribuir a una mejor comprensión de este fenómeno, al exponer los distintos conceptos de creación en comunidad como Colectivo, Colaborativo, Diseño Participativo y Co-creación, así como las distinciones de los niveles de participación en cada una de estas categorías. El objetivo de la exploración conceptual es caracterizar a la creación por comunidades y presentar una tipología sobre los niveles de participación pertinentes a cada una de las teorías mencionadas con base en la comparación de tres hipertextos de las industrias creativas latinoamericanas cuya concepción incluye acciones concretas de creación por cooperación entre sus participantes, buscando responder a la pregunta ¿Qué tienen en común y que distingue a las distintas corrientes de creación en comunidad? Manteniendo el enfoque sobre ¿Qué singularidades caracterizan a cada uno de los modelos de creación desde la lógica de lo comunitario?

Palabras clave

Teorías de Creación Colectiva, Colaborativa, Co-creación, Co-diseño, niveles de participación.

Abstract

This paper aims to analyze the various theories concerning about creation with levels of participation: those made by communities that cooperate in a creative act, in order to contribute to a better understanding of this phenomenon. It analyzes theories about Collective and Collaborative creation, Co-creation and Co-working. The work pretends to contribute of the better understanding, of different concepts of this phenomenon. The paper present a typology of participation levels that characterize each of these theories, from the comparison of tree Latin American hypertexts as examples of creative industries, whose design includes concrete actions of different levels of cooperation between participants.

Keywords

Collective creation theories, Collaborative creation, Co-creation, level of participation.

*Artículo de reflexión elaborado en la Universidad Sergio Arboleda

** Diseñadora industrial, profesora del programa de publicidad internacional y directora del grupo de investigación Creatividad de la Universidad Sergio Arboleda Bogotá – Colombia. Correo electrónico: andrea.cuenca@gmail.com

Para citar este artículo use: Cuenca, A. (2015). La creación en comunidad y los hipertextos culturales latinoamericanos para la Web. *Civilizar Ciencias de la Comunicación*, 2(2), 2015.

Introducción

El contexto de la creación es una dimensión del ser humano capaz de desdoblarse tantas veces como el pensamiento libre lo permita. En su avatar de la lustración y la modernidad, la creación se hace formal en el marco de la academia, se hace comercial en el marco de la industria y se hace global en la era de la reproducción de la imagen. Sin embargo, desde los albores de la historia, la creación se ha refugiado en el juego libre del pensamiento, perteneciendo a la informalidad, cotidianidad y clandestinidad. Bastaría con visitar una catedral gótica, contemplar un filme o participar en la elaboración de un año viejo en Colombia para encontrar expresiones de creación en comunidad en la vida cotidiana de diversas culturas, con distintos fines y niveles de participación. Por tanto la pregunta que busca orientar la comprensión de los fenómenos de creación en comunidad es ¿Qué entendemos por creación cuando involucra a las comunidades a través de la web?

Como campo de estudio la creación ha sido un tema recurrente de las ciencias humanas, de las artes liberales, de las disciplinas del hacer y de las ciencias naturales modernas tales como la psicología. La creación por comunidades entendida como acto de creación puede admitir distintas corrientes teóricas, por ejemplo la idea de creación como acto de resistencia de Gilles Deleuze retomada por David Casacuberta, que considera el potencial de la cultura digital, a partir de su encuentro con la creación colectiva, sobre lo cual afirma “la creación colectiva es el contenido más revolucionario de la cultura digital, aquello que mejor facilita su distinción de la cultura tradicional es la posibilidad de construir una cultura realmente colectiva”. (2003, pág. 11).

Sin embargo existen factores claves en el surgimiento de estas nuevas corrientes que afirman apartarse de las formas tradicionales de creación comunitaria, el primero enunciado por Casacuberta (2003) corresponde al

contenido de resistencia enmarcado en el movimiento por el código libre y el open source. Otro rasgo característico, es que este modo de creación se encuentra enmarcado en el concepto de creación en red, que se entiende como estructura vinculante cuya morfología de conjunto busca establecer puentes entre los nodos medidos por las tecnologías de la información y la comunicación de acuerdo con Manuel Castells (2000).

Sin embargo, las prácticas creativas concretas a las que hacen referencia los tres casos de estudio que se presentaran en este trabajo, pertenecen al ámbito cultural como hipertextos para la web, por tanto han sido asistidas por las organizaciones su producción, divulgación, financiación. Por esta razón el concepto de creación del presente trabajo también ha sido abordado desde la perspectiva de la Unesco, Organización de las Naciones Unidas para la Educación, Ciencia y Cultura que en su visión de la cultura define la creación como “toda producción artística o cultural (...) en las que el producto o servicio contiene un elemento artístico o creativo substancial” (Unesco, 2012, pág. 2). Estas se encuentran inscritas dentro de las industrias creativas, las cuales guardan interdependencia con las industrias culturales que se definen a su vez como “aquellas industrias que combinan la creación, la producción y la comercialización de contenidos creativos que sean intangibles y de naturaleza cultural (...) pueden tomar la forma de un bien o servicio” (Unesco, 2012, pág. 2)

En este contexto de la acción creativa, inicia el análisis de la creación en comunidad caracterizada por presentar distintos niveles de pertenencia, cooperación y participación que se irán exponiendo a continuación. Para ello se abordarán referentes como John Maeda, David Casacubierta, Rene Passeron, Frank Popper, Mijail Bajtin, Hugo Pardo y Ana Cielo Quiñonez.

Las perspectivas planteadas por los autores fueron contrastadas con los ejemplos

seleccionados, mediante los cuales se comparan las apuestas teóricas sobre las relaciones de cooperación, vinculación y participación que cada una propone y se procuró esbozar una tipología sobre los niveles participación en la creación en comunidad.

El trabajo aborda la exploración de los hipertextos culturales latinoamericanos para la web: por Colombia Narratopedia – Des encuentros, por Chile FotoNaturaleza, y Poliedro On-line por Argentina. Se analizaron los tres hipertextos en el ámbito de la vinculación de los colaboradores al proyecto, los niveles de cooperación y de participación a la luz de los autores, para definir a cual modelo de creación en comunidad tiene mayor afinidad.

Se trata entonces de poner en contraste las características de cada ejemplo como ejercicio creativo en comunidad frente a los modelos de creación recopilados por los autores referenciados, de manera que sea posible establecer relaciones entre las estructuras descritas y la manera en que han sido puestas en escena en la producción hipertextual latinoamericana.

La creación colectiva y sus características teóricas

El primer modelo de creación en comunidad a esbozar corresponde a la creación colectiva la cual aún en el presente luego de medio siglo transcurrido desde la aparición de los primeros aportes de Mijail Bajtin, en la obra *La estética de la creación verbal* su horizonte teórico permanece en ampliación. Desde la perspectiva de autores más recientes como Teresa Marín, la creación colectiva se puede definir como “el conjunto de procesos que permiten realizar una actividad creativa y alcanzar un objetivo común entre varios individuos, que siendo diferentes, comparten motivaciones y experiencias, con independencia de la forma de organización y relación que se establezca entre ellos” (Marín, 2007, pág. 209). Esta definición corresponde al ámbito

de lo general y podría ser aplicada a cualquier hipertexto creado comunitariamente.

Los tres tipos de creación colectiva de Popper.

Entre tanto Frank Popper como teórico del arte y la filosofía vincula la creación colectiva a la esfera de lo artístico, proponiéndola como “la relación entre el grado de participación entre aficionado y profesional”. Para el autor, la creación colectiva se segmenta en tres tipos: la creación colectiva no artística (Marín, 2007), que en la web se puede encontrar en los hipertextos culturales, en las wikis educativas, redes de colaboración científica y de exploradores aficionados. El segundo corresponde a la creación artística por grupos que referencia al trabajo colaborativo realizado por un grupo artístico o interdisciplinar que pertenece a una práctica artística determinada donde los participantes cuentan con algún grado de formación creativa, como da cuenta el sistema hipertextual fotonatura. el tercero es la creación colectiva mixta, que “corresponde a un grado de intercambio entre profesionales y aficionados, donde el autor de la obra cumple funciones de mediador en la producción de la obra y el participante-observador puede pasar a ser autor también de la obra” (Marín, 2007, pág. 210) tal como se proponen las dinámicas de participación en el hipertexto de producción sonora, Poliedro On-line.

Entonces la creación colectiva se acerca a un tipo de creación en comunidad que se diferencia por hacer alusión al grado de formación de sus colaboraciones para categorizar los niveles de participación y de cooperación, y aquello que los reúne es el acto creativo colectivo como resultado de una conciencia común. Esta perspectiva de Creación colectiva ha sido definida por Teresa Marín como “el proceso de construcción de una obra, acción o incluso de un estilo, realizada de forma conjunta entre individuos que son diferentes, que comparten sentimientos, principios, estilos y experiencias comunes,

sea cual fuere la forma de relación entre ellos. Podríamos decir que es el resultado de una conciencia común” (Marín, 2007, pág. 210).

Los cuatro tipos de creación colectiva de René Passeron.

A diferencia del enfoque de Popper, la creación colectiva para Passeron, se encuentra condicionada por las relaciones de participación entre el observador y el autor, las cuales se sitúan en cuatro niveles: la creación trans-individual, la creación de grupo, y la creación colectiva con su profundización en la creación colectiva continuada. (Marín, 2007).

El primer nivel de participación, la creación trans-individual corresponde a la colaboración entre autores que conservan su individualidad, por ejemplo FotoNatura. Mientras que en la creación de grupo la participación se encuentra mediada por la pertenencia a una colectividad a la cual se aportan prácticas, recursos, teorías, por ejemplo la Narratopedia. La tercera categoría es la creación colectiva, aquella que incluye a las formas de participación anteriores y las aumenta a la escala de la sociedad, persiguiendo como fin producir un cambio en la comunidad en la que se interviene, que dentro de los ejemplos revisados, la metodología que propone el “sistema Poliedro” de Poliedro en Línea, podría ser un practica emergente hacia este nivel en la medida en que empieza a ser apropiado en otros espacios en red, y en el aula de acuerdo con lo expresado por sus autores. El último nivel para Passeron es la creación colectiva continuada que ocurrirá en el futuro cuando el acto creativo en comunidad afecte la esfera de lo global y lo atemporal (Marín, 2007).

La creación colaborativa bajo el dispositivo culturematic de Grant McCracken y lo post-digital de Jhon Maeda

El culturematic es un concepto relacionado con la creación colaborativa introducido por Grant McCracken de acuerdo con el blogger e

investigador Hugo Pardo (2015) que propone la creación en comunidad dentro del ámbito de la cultura digital. Esta emerge en el seno de la experimentación transdisciplinar en ACTS (arte, ciencia, tecnología, y sociedad) al interior de un laboratorio de creación colaborativa como lo puede ser un ViveLab en Manizales, un MediaLab en Massachusetts o un FabLAB en Barcelona.

La creación colaborativa desde esta perspectiva corresponde a todas aquellas formas de creación en comunidad mediadas por la estructura en red y la presencia de las tecnologías de la información. Este concepción se conecta con la idea de la democratización de la tecnología y el arte de Jhon Maeda, categorizado como creación post-digital que se compromete con “la premisa de un acercamiento humanista a la tecnología, que replantea las relaciones entre lo digital y lo colaborativo, a partir de principios de simplicidad y cercanía en la interacción entre ordenadores y usuarios” (Londoño, 2012).

La creación colaborativa en modo “culturematic” se encuentra caracterizada en cuatro ejes, el primero corresponde a su naturaleza como obra abierta, la cual se orienta con los principios de las licencias abiertas (creative commons) y las lógicas del código abierto, como lo propone Casacuberta (2003). El segundo se enfoca sobre la forma en que los niveles de participación desdibujan los límites entre autor y aficionado, convirtiéndose en categorías difusas pues la creación tiene la posibilidad técnica, narrativa y mediática para ser intervenida por los participantes; esto ocurre en la interrelación entre ciencia, arte, tecnología y sociedad, por lo que los participantes son autores de los aportes hechos desde su propia disciplina y son aficionados en los aportes que realizan a las otras disciplinas en las que no están formados. El cuarto aspecto hace referencia a la moderación de la creación colectiva en obras transdisciplinares en el avatar del mediador digital, quien desempeña este rol busca facilitar el diálogo y la interrelación entre las disciplinas: el mediador,

que permite ver la totalidad y la complejidad de la experimentación (Sevaldson, 2010). Por último las formas de creación colectiva se llevan al sector de la industria creativa bajo la lógica de las economías colaborativas, acercándole también al diseño participativo.

La cocreación y las prácticas comunitarias del marketing.

Hasta el momento se ha abordado la creación en el ámbito artístico y de la investigación transdisciplinar, sin embargo en el marketing, la publicidad y las economías colaborativas, la noción de creación en comunidad ha sido interpretada en relación a nuevas formas de consumo colaborativo derivadas de la apropiación social de internet con el fin de producir en intercambiar bienes y servicios con una lógica horizontal llamada modelo de negocio entre pares (peer to peer). Esta corresponde a una forma de comercio directo o de trueque digital en donde “se va anulando la intermediación de las marcas, de los comercializadores y en algunos referentes incluso la moneda como valor de cambio, para empezar a considerar la confianza como valor, cuando la tecnología reinventa viejas formas de confianza” (Pardo, 2015).

En cuanto a las prácticas de creación en comunidad que emergen en el consumo colaborativo en las que si interviene el ámbito de las organizaciones, las marcas y el comercio se encuentra la co-creación que agrupa un conjunto de medios para la creación con sus comunidades o clientes que se convierten en desarrolladores de producto o contenidos, conocidos como Prosumidores. Algunas de ellas son la personalización de productos, el cool-hunting, el desarrollo de productos Hazlo Tú mismo, la intervención paisajística y los influenciadores de contenidos son algunas formas de co-creación (Füller, Mühlbacher, Matzler, & Jawecki, 2009).

En estas prácticas paralelas al arte y la academia; el productor y el consumidor alternan su participación en la creación de contenidos y

direccionamientos de una marca o producto, lo que conlleva a plantear ¿Qué papel van a tener en el futuro, el derecho patrimonial, las patentes y los registros de marcas en una relación que supone una horizontalidad entre productor y consumidor, mediada por el entorno digital y la tecnología?

En la co-creación la comunicación entre las partes y la consolidación de las comunidades de co-creación según Makhija (2013) que se caracteriza por entablar una relación directa entre los iniciadores y los contribuyentes; esto implica una estructura de roles horizontales en la creación. De igual manera, esta forma de creación deja las posibilidades abiertas para que las audiencias puedan participar en la obra, producto, marca, movimiento, iniciativa. En cuanto a la naturaleza de la colaboración puede responder a distintos fines como los comerciales, sociales, de innovación, etc.

El diseño participativo.

Como último referente sobre la creación en comunidad, en el ámbito de la arquitectura y diseño en Latinoamérica, Cielo Quiñonez y Gloria Jurado (2006) proponen en su obra “Conspirando con los artesanos” un modelo de diseño participativo con comunidades artesanales. Este involucra procesos de creación en comunidad donde el diseñador asume el rol de mediador dentro aportando el saber del diseño como potenciador del saber y de la experticia de la comunidad en la solución de sus problemáticas, partiendo del conocimiento del contexto en el cual se desarrolla el objeto artesanal.

De la misma manera, el saber profesional del diseñador facilita la estructuración de los procesos comunicativos de la comunidad con las estructuras de comercialización y distribución de la artesanía, así asistiendo la apropiación gradual de las tecnologías en los modelos de producción local, buscando la pertinencia sostenible y justa hacia un modelo global. El fin que persigue este

modelo en particular es facilitar la inserción de la artesanía como objetos culturales locales con una movilidad global. Este modelo divide la creación colectiva en ciclos iterativos de diseño, con el diálogo como elemento transversal entre artesano y diseñador quienes realizan un diseño a dos manos, donde se desdibujan los límites de la autoría.

Los niveles de participación propuestos son: la comunidad como poseedora del saber artesanal y conocedora del contexto, el artesano como poseedor del oficio, el diseñador como mediador entre la lógica local de la comunidad y la lógica externa, regional o global, y facilitador en el uso de las tecnologías al servicio de la sociedad, por último el acto creativo como el espacio de interacción de donde se opera la realidad que materializa un objeto artesanal.

Análisis y conclusiones de las prácticas de creación colectiva en los estudios de caso: Narratopedia-desencuentros, FotoNatura y Poliedro On line

En este apartado se revisará los casos seleccionados, esbozando sus características a la luz de los conceptos planteados sobre los distintos tipos de creación en comunidad, intentando establecer su pertenencia a determinada categoría.

Caso 1. Poliedro On line.

Es una plataforma de creación colectiva sonora para la web 2.0. que propone un sistema de composición para la creación colectiva sin la intervención del cuerpo físico de sus participantes, la cual es reemplazada por formas de telepresencia que mediante sesiones de composición en el estudio virtual, van dando forma a fragmentos de la obra que será de acuerdo con el modelo de integración de los datos, podrá ser interpretada en línea, experimentada por el audio-escucha a partir de aportes individuales y el seguimiento del Sistema Poliedro, un protocolo para su edición individual.

Su iniciador define la dinámica del proyecto para articularse a distancia, gracias a la mediación de la web: “es una propuesta de colectivos de creación musical que toma las premisas planteadas del Sistema Poliedro. Por este medio se vienen conformando grupos de compositores con el objetivo de producir obras electroacústicas en forma colaborativa y remota a través de la Web” (Luna, 2009).

Caso 2. Narratopedia

Narratopedia es una experiencia de creación literaria colectiva que vincula a los colaboradores como comunidad, es una plataforma de creación colectiva de relatos colectivos, transmediales y de narrativa hipertextual. El proyecto se define como un género literario que busca contar historias en la era digital, como se describe en su espacio web: “Narratopedia quiere ser ante todo un medio para promover la colaboración de personas y colectivos que encuentran en la comunicación de sus historias y ficciones algo que aportar a la humanidad. Narrar en tiempos de la era digital (...) es compartir en el sentido más amplio del término: compartir la experiencia, la sabiduría de cada quien, los conocimientos, abrirse al otro, escribir juntos, potenciar expresiones, aliarse con la tecnología, interactuar” (Narratopedia, 2013).

La forma de crear colectivamente involucra tres niveles de participación: el gestor de espacios wiki o moderador, los escritores individuales el experimentador de nuevas tecnologías o el productor de proyectos colaborativos, los comentaristas y el observador contemplativo, cada uno representa un rol que desarrolla una función dentro del marco conceptual de la interactividad que representa la plataforma.

Caso 3. Foto-Natura

Foto-Natura es una comunidad Latinoamericana de carácter abierto para la creación colectiva de orden visual sobre fotografía que

propone una interactividad entre sus miembros mediante el intercambio de registros de especies de la flora y fauna, que busca la generación de conocimiento a través de la valoración colectiva de sus aspectos biológicos y fotográficos que se evidencia en forma de foro, donde se aporta a las prácticas estéticas en la fotografía aficionada de naturaleza, en la creación conjunta de publicaciones sobre especies chilenas, en el intercambio en las tecnologías y dispositivos asisten la actividad.

Foto-Natura, se define como “una comunidad abierta a profesionales y aficionados de la fotografía de naturaleza de Chile y el mundo, donde podrás subir tus propias fotos, interactuar y aprender a través de la crítica constructiva y del foro” (Naturaleza, 2014).

Estos tres proyectos son iniciativas de creación por comunidades, que se articulan mediante la participación a distancia, implementando distintos niveles de intervención sobre la obra, así como diferentes mecanismos para participar en la consolidación de la comunidad. Sin embargo, las características que permiten su contraste frente a los criterios expuestos sobre los distintos modelos de creación como los niveles participación, el tipo de obra, entre otros; se hace fácil de rastrear de forma visual. Por esta razón, a continuación se presenta una matriz en la cual se esquematiza cada uno de los hipertextos presentados como referencias para pensar la creación en comunidad. (Ver Tabla 1. página 72).

A manera de conclusión

La pregunta que persiguió desde un principio el presente texto, al indagar los modelos de creación por comunidades fue reconocer qué tienen en común y qué distinguen a las corrientes de creación en comunidad mediadas por lo digital. Para ello era necesario considerar aquellas singularidades que caracterizan a cada uno de los modelos de creación desde la lógica de lo comunitario.

Un primer elemento propio de este modo de creación es la búsqueda una relación horizontal en la esfera artística, en las formas de comunicación entre sus participantes, el intercambio del saber entre las disciplinas como intercambio de valor, y la construcción de conocimiento mediante las prácticas creativas. Sumándose a lo anterior, la mediación de las tecnologías de la información y la red como estructura social, es una cuestión determinante en la creación en comunidad, pues tiene el papel de facilitar las dinámicas de participación y la trascendencia de la comunidad hacia otros ámbitos

Lo colaborativo y colectivo se comprenden como la configuración actual de formas de confianza y de participación que surgen de la cooperación humana, pero con el factor determinante de la telepresencia como posibilitador de la comunicación y la inmediatez en el intercambio. Esta puede ser indicio del surgimiento de nuevas estructuras sociales en la cultura digital donde el concepto de posesión y lujo, muta hacia un concepto de acceso y colaboración, como sugiere Pardo (2015) en relación con el digitalismo.

Esto implica que la web propone un estructura de redes, para el entramado del tejido social en la cultura digital, este busca llevar la práctica de creación en comunidad desde lo local hacia lo global, en la medida en cada nodo posee su propia red interconectada que puede irse sumando por la ubicuidad y conectividad de la comunicación digital.

Existen algunos puntos que marcan singularidades entre los modelos abordados, como el caso del rol mediador, el cual sirve como lente para cambiar la perspectiva sobre los niveles de participación en la creación en comunidad. En segunda instancia el grado de formación del participante determina el carácter de aficionado o profesional, lo cual permite trazar límites en las dinámicas de la creación en comunidad, para hacer posible su transición de las estructuras formales e institucionales a estructuras fluidas y experimentales.

Tabla 1. Matriz de caracterización de los hipertextos culturales como ejemplos de creación en comunidad.

	Tipos de creación colectiva. según Popper				Tipos de creación según Passeron				Creación colaborativa de acuerdo con el culturematic				El diseño participativo				La co-creación en el marketing			
	No artística	Por grupos	Mixta	Trans-individual	De grupo	Colectiva	Colectiva	Colectiva	Open source	Iniciativa	Existe el rol	Aporte del	Aporte del	Aporte del	Asistencia	Uso de	Tipo de re-	Intermedia-		
	Por	Por	Mixta	Trans-individual	De grupo	Colectiva	Colectiva	Open source	Iniciativa	Existe el rol	Aporte del	Aporte del	Aporte del	Asistencia	Uso de	Tipo de re-	Intermedia-			
Modelo de creación en comunidad	No artística	Por grupos	Mixta	Trans-individual	De grupo	Colectiva	Colectiva	Open source	Iniciativa	Existe el rol	Aporte del	Aporte del	Aporte del	Asistencia	Uso de	Tipo de re-	Intermedia-			
Evidencias del modelo en los casos																				
Narratope- dia		SI	SI		SI			NO	NO	SI	SI	SI	El algunas obras	SI	NO, son creaciones literarias	DIRECTA	No			
Foto Na- tura	SI			SI				NO	SI ¹	NO	SI	SI	En el foro	SI	SI (piezas fotográficas)	INDIRECTA	SI mediante la calificación de otros usuarios de las piezas			
Poliedro On line		SI				SI	A mediano plazo	SI	NO	SI	SI	SI	Medida por la tecnología, es decir interactivamente	SI	NO, son creaciones artísticas abiertas	DIRECTA	No es posible establecer			

Fuente: Ministerio de Cultura

En cuanto al tema del intercambio, se destaca la reconfiguración de los conceptos de propiedad, patente, marca y derechos sobre la información, este es un aspecto que marca el grado de horizontalidad en las relaciones entre pares, así como el grado resistencia sobre el acto creativo.

Es importante acotar que luego de la revisión de las distintas concepciones acerca de la creación por comunidades en tres hipertextos culturales latinoamericanos, se ha hecho evidente la existencia de distintas formas de relación entre las categorías de autor, audiencia, creador y participante, en los modelos abordados existen algunas más horizontales que otras, pero todas buscan explorar la interacción y la vinculación de sus participantes de acuerdo con las posibilidades del medio digital.

Como último aspecto a discutir sobre los modos de creación en comunidad, surge la pregunta sobre si existe una relación entre el tipo de hipertexto, el tipo de práctica creativa y los niveles de participación, que determine la naturaleza de la práctica creativa. Es posible considerar que el sector de la industria cultural a la que pertenezca la creación hipertextual determine su adecuación a alguno de los modelos de creación en comunidad abordados.

Referencias

- Bayazit, N. (2014). Investigating design: a review of. *Design issues: volume 20*, 16-23.
- Buchanan, R. (1995). Artes integradoras en el mundo antiguo. En r. Buchanan, *retórica, humanismo y diseño* (págs. 9-10).
- Casacuberta, D. (2003) Creación colectiva. En Internet el creador es el público. Barcelona: Gedisa
- Füller, J., mühlbacher, H., matzler, K., & jawecki, G. (2009). "consumer empowerment through internet-based co-creation". *Journal of management information systems*.
- Londoño, F. (2012). Canto electroacústico: aves latinoamericanas.
- Lopez, G. (2013). Prácticas disciplinares, prácticas escolares. *Revista mexicana de investigación educativa*, 383-412
- Luna, E. (2009). *Poliedro on line*. Obtenido de <http://poliedronline.blogspot.com/>
- Makhija, N. (2013). *Co-creation communities: ten frontiers for the future of engagement*. Obtenido de people's lab: peopleslab.mslgroup.com/peoplesinsights/5-co-creation-communities-ten-frontiers-for-the-future-of-engagement/
- Marín, T. (2007). Estrategias de creación colectiva en el arte contemporáneo doctorado 2009. En *tecnologías y estrategias para la creación artística* (págs. 209-229). Altea: universidad miguel hernández-alfagracic.
- Narratopedia. (2013). *Narratopedia una experiencia colectiva que te transforma*. Obtenido de www.narratopedia.net
- Naturaleza, F. (2014). *Fotonaturaleza*. Obtenido de <http://fotonaturaleza.cl/index.php>
- Pardo, H. (febrero 14 de 2015). *Digitalismo*. Obtenido de <http://digitalismo.com/consumo-colaborativo-la-tecnologia-reinventa-viejas-formas-de-confianza/>
- Quiñones, a. C., & jurado barrera, g. E. (2006). *Conspirando con los artesanos: critica y propuesta al diseño en la artesanía*. Bogota: editorial javeriana.
- Sevaldson, B. (2010). Discussions & movements in design research.

