

**ACERCAMIENTOS Y PROPUESTAS DE INVESTIGACIÓN  
SOBRE EL CONSUMO Y LA PRODUCCIÓN DE INFORMACIÓN EN INTERNET  
El prosumidor como concepto clave en la construcción social de la tecnología**

*José Manuel Corona Rodríguez  
Universidad de Guadalajara (México)*

### **Introducción**

Este documento y los planteamientos que aquí se proponen son resultado de nuestra experiencia (no la única), acerca del estudio de Internet. Partimos de la verdad no totalizante, no infalible (mucho menos absoluta), que se resume en un aforismo de Nietzsche: “No hay hechos consumados, solo interpretaciones”. Este trabajo es una reunión con las interpretaciones, una apuesta por comunicar las experiencias obtenidas como resultado de la observación y del análisis de una porción de la realidad (1).

Con el paso de los años hemos sido testigos del crecimiento de las TIC; estas nuevas tecnologías se han percibido como un estímulo para el cambio de las estructuras sociales, situación que ha obligado a reflexionar su constitución e influencia en el núcleo de lo social. Pero la tarea de estudiar a la sociedad no es para nada una labor sencilla, es, en todo caso, una tarea compartida y efectuada desde miradas heterogéneas.

Una de esas miradas apuesta comprender nuestro contexto y complejidad social desde la tecnología, no desde una mirada técnica *per se*, sino desde una perspectiva socio-cultural a partir de las relaciones que son circundantes entre sujetos y tecnología. En este contexto, resulta cada vez más importante estudiar estos *aparatos informacionales* (2), siempre desde una visión en la que las personas son lo más importante, la comprensión no pasa por la necesidad de entender lo social, sino más bien y parafraseando a Bruno Latour (1996), de lo que se trata es de entender *el entramado social*, las débiles líneas que dibujan y configuran el espacio social, aquello que nos vincula y va dando forma a nuestra realidad, aquello que va dando forma a la Red.

Carlos Scolari (2008a) nos advierte con puntualidad que para entender los nuevos medios de comunicación debemos pensarlos desde dentro, tenemos que ingresar en las prácticas mínimas de sentido y averiguar ahí qué es lo que acontece con los usuarios, y en la medida de lo posible tratar de develar su fascinación y su complejidad. Proponemos como estrategia fundamental investigar las prácticas mínimas de generación de sentido por parte de los usuarios.

### **Consumo y producción de información**

El significado de la palabra “información” tiene diferentes acepciones, por ejemplo, según algunos gobiernos, *acceso a la información* significa transparencia y democracia, en periodismo la *información* se relaciona más con los hechos acontecidos y las declaraciones, para el trabajo científico la *información* es resultado de la labor de observación y recogida de

datos. Ejemplos como estos nos permiten afirmar que la noción de *información* es un concepto que se ha construido y se usa según contextos y objetivos diferentes.

La Real Academia Española –de una forma muy sucinta– dice que la *información* es lo relativo aquello que se *informa*, es decir, aquello a lo que se le da forma o sustancia. La raíz latina de informar es *informare*, la cual se refiere, en sentido estricto, a aquello que ha sido creado o edificado (Mateos, 2009: 39). Si atendemos a la definición que nos ofrece la RAE y al origen etimológico de la palabra, veremos que el sentido primario de la noción apela a la construcción y generación de significados. Por lo tanto, aquí proponemos una mirada crítica del concepto para entender el papel de la información en la sociedad, y más que tratar de comprender la relación de *lo social* (visto como un sistema indeterminado y carente de nombres), nos interesa entender los vínculos y conexiones que ocurren en la sociedad. Interesa proponer a la información como elemento central en tanto permite dar sentido al entramado social y a la tecnología.

La noción de información que aquí proponemos tiene una relación directa con los *datos*, los cuales son el resultado de la percepción humana y están asociados directamente a un objeto o hecho específico. En palabras de Lara y Martínez (2006: 9), “los datos son expresiones mínimas de información que aisladas no tienen sentido en sí mismas”. Por su parte, Umberto Eco, en *La estructura ausente* (2005: 50), afirma que en la teoría de la información se llama unidad de información a un bit, lo que puede ser considerado como un dato, el cual lleva en sí un potencial de información (3). Así pues, en los medios electrónicos los datos son más fáciles de caracterizarse en tanto son unidades codificadas primero por una máquina, y después significadas por un usuario (Siles 2008).

De este modo y en este contexto, la información la entendemos como aquellos datos que han sido *formados*, organizados o clasificados en un orden específico y que implican la actuación de un agente. En este sentido, proponemos entender el consumo y la producción de información a partir del proceso lógico primordial de la formación, significación y organización de datos.

### **De la Construcción Social de la Tecnología a la determinación del rol de usuario y de prosumidor**

La Construcción Social de la Tecnología es una propuesta teórica que invita a estudiar la tecnología desde su interior, pues ahí se presentan dinámicas que están íntimamente ligadas a procesos sociales. Es decir, se busca examinar el contenido y el desarrollo de la tecnología para encontrar a *la sociedad en acción* (Bijker y Pinch, 1987).

La Construcción Social de la Tecnología (Social Construction of Technology, SCOT) es un acercamiento teórico propuesto por Wiebe Bijker, Trevor Pinch y Thomas P. Hughes que se ha constituido en uno de los modelos teóricos más relevantes en el estudio de las dinámicas de la tecnología (Pinch, 1997). Este modelo cuestiona directamente a otros modelos monodimensionales y lineales de entender la relación entre la tecnología y la sociedad.

La perspectiva de la Construcción Social de la Tecnología tiene sus bases epistemológicas en la *evolución de la tecnología*, en reconocer que una tecnología específica es solo el resultado de desarrollos previos a ella. Si pensamos en la lógica de la narración histórica veremos que con mucha frecuencia dicha narración siempre da cuenta de acontecimientos ordenados y que han ocurrido premeditadamente, lo cual no siempre corresponde con la complejidad evolutiva comunicacional y tecnológica de las sociedades.

Los continuos intentos por comprender la diversificación instrumental del mundo se han visto empañados por una postura que alienta a pensar que los desarrollos científicos materiales son resultado de la satisfacción de las necesidades naturales de los hombres. Así pues, la *necesidad*, y la *utilidad*, en segundo término, han sido los ejes conductores al pensar el desarrollo técnico de cualquier cosa, y como la necesidad y la utilidad tienen por fuerza consideraciones humanas se ha establecido una conexión directa entre la creación de un aparato como resultado de un *hacer* humano organizado y premeditado, pero no siempre es así.

En palabras de George Basalla (1991: 14), “la historia de la tecnología debe indagar la invención, producción y usos de objetos materiales, y beneficiarse de la aplicación de la analogía evolutiva como un instrumento explicativo”. De modo que de lo que se trata es de explicar la diversidad de cosas creadas desde una perspectiva orgánica. Una consideración necesaria para acercarnos a la evolución de la tecnología es la noción de lo *hecho* (como algo dado) y lo *nacido* (como algo que se ha desarrollado en un periodo de tiempo). Nociones que deberían ayudar a reflexionar, el consumo y la producción de información como un proceso que determina en gran medida la significación que se tiene respecto de la tecnología-Internet, en tanto la información puede ser considerada intrínseca a Internet, a su construcción y sus principales funciones y beneficios.

Tener en cuenta una mirada evolutiva de la tecnología nos obliga a reflexionar necesariamente en los usos actuales de cierto artefacto y en el desarrollo que tuvo para llegar a ser como es. Por ejemplo, es obvio que no podemos pensar que la computadora siempre ha sido como es en la actualidad, ya que para llegar a su actual desarrollo, tuvo necesariamente que pasar por un largo camino de desarrollos minúsculos, desde las primeras calculadoras mecánicas, pasando por el desarrollo de circuitos eléctricos, etcétera, lo que hace que ese artefacto sea usado y funcione de forma diferente a lo largo de los años (Berners-Lee, 2000).

Además de lo anterior, es importante decir que si bien el desarrollo evolutivo de la tecnología se va impregnando de los usos que se hacen de ella, el resultado final del uso del artefacto será diferente espacialmente. Esto es, no podemos esperar que un teléfono móvil se use y signifique de la misma forma en todos lados y por todas las personas, aun cuando sepamos que esa tecnología comparte la misma historia evolutiva.

Así pues, es necesario reflexionar (no solo desde una perspectiva puramente técnica), que cualquier tecnología ha cambiado a lo largo del tiempo y, por ende, los usos que se hagan de ella también cambiarán. Es necesario, además, pensar al respecto de las implicaciones que esos cambios tienen en la sociedad y viceversa. Flichy (1993: 2) afirma que “un nuevo artefacto

nunca sale con todas sus armas del fértil cerebro del inventor. Se requiere la aportación de numerosos investigadores para que lo realizable se derive de las diferentes hipótesis posibles, para que se combinen el conjunto de microinventos previos”.

Para Basalla (1991: 25), el desarrollo tecnológico de un artefacto no condiciona su uso, “un mismo instrumento puede significar diferentes cosas según el entorno cultural en el que se encuentre”. Si extrapolamos esta noción podríamos decir que el significado de cualquier desarrollo tecnológico puede ser o no compartido por los miembros de un mismo grupo social, aun cuando compartan rasgos culturales. El uso de un artefacto, ya sea un cuchillo, un rueda, un micrófono, una computadora o una red de computadoras, dependerá de factores particulares de cada individuo más allá de que el artefacto esté cargado de un significado propuesto.

En este sentido, las investigaciones sobre el consumo y la producción de información en Internet (a partir del principio de significación de datos) implican que *de facto* la participación y los niveles de interactividad de los agentes han cambiado en comparación con lo que sucedía con los medios tradicionales, conocer la evolución y la construcción social de las nuevas tecnologías de comunicación pone en una condicionante epistemológica a los investigadores obligándolos a asumir posturas mucho más fenomenológicas, y mirar mucho más a los sujetos (Orozco, 2012).

El desarrollo de las teorías de la comunicación de masas durante la historia se ha ocupado de caracterizar y de entender el papel del destinatario en los procesos de comunicación. Tenemos, por ejemplo, la perspectiva de la Teoría Crítica que pretende pensar a los destinatarios como masas alienadas, la postura de la Mass Communication Research que consideraba a los destinatarios como audiencias, los Estudios Culturales que abogaban por una perspectiva más humanista e interpretativo-cultural, o las escuelas de Birmingham y Bogotá que veían al receptor como un agente activo y resistente (Scolari, 2008a). Referencias (muy generales) que nos permiten observar que el papel del *receptor* en la idea original de la Teoría de la Información ha cambiado según la evolución y la influencia de las tecnologías de la comunicación e información, y su nivel de participación y campos de acción.

No siempre los destinatarios de la comunicación han sido considerados como audiencias, públicos, masas, espectadores, receptores, o usuarios, siempre su condición y denominación se ha visto determinada (entre otras cosas) según sus niveles de participación e interacción con los emisores y según su influencia sobre los mensajes (Orozco, 2012). En este contexto conviene preguntarnos cómo llaman los investigadores de la comunicación contemporánea a los receptores, cómo son los destinatarios de la comunicación digital, qué ha sucedido en las tecnologías de la comunicación y la información que ha provocado cambios en los destinatarios.

Para responder estas cuestiones es necesario mirar hacia la dimensión interactiva del consumo de información que hace que los destinatarios sean considerados como *usuarios*. En otras palabras diríamos que la gran diferencia entre los receptores del pasado y los usuarios

actuales es la relación que establecen con los sistemas y el rompimiento de barreras entre el consumo y la producción.

Pensemos en la transición de un sujeto espectador pasivo frente al aparato televisivo en comparación con un sujeto que se erige interactivo y que convive con dispositivos de interacción. Los controles de los videojuegos, los teclados, los teléfonos y las pantallas de sistemas individuales, el ratón, y otros dispositivos que alientan a la agencia de los usuarios modifican esencialmente la forma de considerar el papel de los receptores. Esto no significa, como bien aclara Scolari (2008a), que los receptores anteriores a las TIC hayan sido totalmente pasivos y carentes de interacción, pues los Estudios Culturales, las Teorías de la Recepción y las perspectivas de las Mediaciones se encargaron de dejar bien en claro que los receptores son algo más que solo recipientes, moldeables y maleables.

Coherentes con la perspectiva histórica y evolucionista a la que apelamos, es preciso asumir que ocurrieron procesos de cambio antes de la aparición de Internet y los sistemas en red que complejizaron el papel del receptor. Por ejemplo, con la aparición de sistemas de televisión por cable las audiencias se fragmentaron y volvieron más complejas, la especialización de los diarios, los videocasetes, la comunicación satelital, etcétera, son todos ejemplos de cómo de a poco el papel de los destinatarios ha cambiado volviendo más caótico y más difícil de delimitar sus características.

El *boom* de Internet en la última década del siglo XX hizo que todos los cambios que ya empezaban a suceder en otros medios se hicieran más grandes o más evidentes. A diferencia de la televisión, por ejemplo, Internet produce flujos de usuarios a través de su espacio, los cuales pueden estar navegando o transitando recorridos compartidos, pero generando secuencias de interpretación y significados diferentes al menos en alguno de sus elementos. Ya no hay un espacio-temporal simultáneo en el que el consumo de mensajes e información sea uniforme por parte de los receptores, en Internet son los usuarios los encargados de producir y consumir mensajes e información. Según Scolari (2009), el término *audiencia* ya no tiene el mismo peso en las actividades de la Web, y el concepto de *usuario* parece describir mejor las características del navegante de la Red, pues este es el constructor de lo que acontece en esta.

En este sentido, una de las características más importantes de la Teoría del Hipertexto (además de la digitalización, multimedialidad, multilinealidad y reticularidad) que tiene gran aplicación en los actuales medios y tecnologías de la comunicación es la particularidad de alentar el consumo asincrónico, lo cual significa que existen nuevas formas de mediación llamadas por algunos *hipermediaciones*, que se alejan de las formas de recepción que favorecían la poca participación de los receptores basados en el *broadcasting*. Las *hipermediaciones* son una propuesta teórica de Carlos Scolari en la que, fundamentalmente, se apela a un estadio superior de las mediaciones (de Martín-Barbero) en las que la comunicación interactiva es el centro para explicar los procesos de hipermediación generados por las tecnologías informacionales en la sociedad.

Así pues, proponemos la idea de que es posible la construcción social del usuario en torno a la idea de la participación e influencia que tienen las personas sobre las TIC, a partir de su interacción con la información. Está basada en la idea de que en la comunicación en redes el *destinatario* de contenidos no solo deja de ser individual, sino que además abandona el rol de consumidor para convertirse también en productor e incluso ir más allá y llegar a ser *prosumidor*, concepto que se refiere a una mezcla entre productor-consumidor (*idem*). En este contexto los usuarios están involucrados de lleno en la producción de información que el sistema recupera, procesa y utiliza para enriquecer tanto la experiencia del propio usuario como la de otros prosumidores.

No siempre la participación y agencia de los usuarios es deliberada y consciente, un ejemplo de esto podría ser la clasificación por importancia que realiza el sistema Page Rank de Google, el cual clasifica las preferencias de un usuario según sus tipos de búsqueda y temas de interés. En este caso, el usuario genera información que el sistema recupera y organiza para construir la Red y mejorar las experiencias, ejemplo que materializa las proposiciones de la Web 3.0 (Siles, 2008).

Otra característica fundamental en la construcción social del papel de los usuarios según nuestro planteamiento es que nunca se debe dar por garantizado el uso de una tecnología por parte de las personas, una mesa, por ejemplo, puede ser un arma si se arroja de un sexto piso, así como un pasador de cabello puede ser un dispositivo para abrir una puerta. Si bien es cierto que todas las tecnologías (como los textos) van dotadas de significados, en el momento de su consumo y producción, esa propuesta puede ser sobreinterpretada o significada de diferente manera por los usuarios. Es ahí donde creemos es necesario investigar qué sucede con las estrategias de mediación, validación y creación de sentido sobre la información y las herramientas para acceder a ella o crearla.

### **El *prosumidor* a partir de las hipermediaciones y el hipertexto**

La Teoría de las Hipermediaciones se concentra en pensar los cambios que han acontecido en los medios de comunicación y cómo este proceso evolutivo ha influido en las formas en que entendemos las interacciones en los espacios mediáticos. Las *hipermediaciones*, al igual que las *mediaciones*, reflexionan el papel del receptor en la comunicación y sus contextos, y, además, analizan las diferencias y los procesos evolutivos que han ocurrido en los medios de comunicación (Orozco, 2012).

Carlos Scolari (2008a:79) realiza una revisión a las investigaciones y los autores que han diferenciado los *nuevos medios* de los *viejos medios* y afirma que “los nuevos medios se diferencian de los viejos principalmente por la transformación tecnológica (digitalización), la configuración muchos-muchos (reticularidad), la convergencia de medios y tipos de lenguaje (multimedialidad), la participación activa (interactividad) y las estructuras no secuenciales (hipertextualidad)”. De tal manera que Internet es un Hipermedio no solo porque tiene todas estas características, sino además porque permite nuevos tipos de mediaciones y nuevos roles, como los del *prosumidor*.

La Teoría de las Hipermediaciones invita a pensar la convergencia no solo como la unión de medios en una única pantalla o en un solo dispositivo, sino de lo que se trata es de enfocar la mirada a los nuevos lenguajes y formas de interacción que se van sumando. En ese sentido, para nosotros es fundamental pensar que la *remediación* es un proceso que está lejos de extinguir medios y formas de comunicación anteriores. Nada más alejado que sugerir, por ejemplo, que Internet va a reemplazar al libro o la televisión, apostamos por considerar que es un proceso de evolución constante que debe ser estudiado, no solo porque se están desarrollando nuevas formas tecnológicas, sino porque hay otras formas de comunicación y de interacción con la información (Islas, 2005).

Una característica general de las hipermediaciones es la posibilidad de unificar tipos de lenguajes en un solo medio. Esta característica ha hecho posible que lenguajes sonoros, tipográficos y visuales se agrupen complejizando de lleno el panorama, pero, a la vez, enriqueciendo notablemente la experiencia del usuario y las formas de interacción. Las interfaces son la cara visible de las hipermediaciones, el lugar donde se producen los intercambios entre sujetos y dispositivos, gracias a las interfaces es posible experimentar los sistemas complejos que componen la Red.

Imaginemos, por ejemplo, cómo sería interactuar con el cúmulo de datos disponible en Internet sin el desarrollo de Google, más que un simple buscador, esta interfaz funciona como un sistema que da orden y sentido a la Red. Al tiempo que funciona como una gran fuente de consulta, que se ha visto influenciada por otros medios como el libro. Es ahí donde proponemos agudizar la mirada, en los elementos comunicativos actuales que se manifiestan en la experiencia de los usuarios. Las hipermediaciones justamente abogan por un estudio de la tecnología que analice lo que sucede en niveles micro.

El estudio de la comunicación de masas que se ha desarrollado durante varias décadas sin duda que ha sido fundamental, pero sus conceptos no alcanzan a comprender y a explicar lo que sucede con los hipermedios. Conceptos con el de público, audiencia, masas, retroalimentación, mensaje o canal han perdido valor explicativo en el nuevo ecosistema hipermediático, al verse modificados los roles de los actores de la comunicación, es difícil y quizá muy arriesgado intentar seguir aplicando estos conceptos al ecosistema actual (Scolari, 2008b).

Conceptos como el de *autocomunicación* propuesto por Castells (2009) dan cuenta de estas nuevas formas comunicativas que acontecen en el día a día. La *autocomunicación* es un concepto que se refiere a un tipo de comunicación masiva que también es comunicación personal. Es comunicación de masas porque potencialmente puede llegar a un gran público, y es autocomunicación porque puede quedarse en un nivel personal. Así pues, las hipermediaciones nos invitan a pensar los medios actuales como un complejo ecosistema que reúne varios medios y que alienta cambios constantes en las interacciones sociales.

La Teoría de las Hipermediaciones desde nuestra perspectiva y forma de entenderla se centra en las experiencias comunicativas de los actores sociales, en los procesos de producción, consumo y significación de las tecnologías y de la información, en la convergencia



de medios, en dejar de ver a los medios de comunicación desde una mirada estructuralista, en estudiar lo que sucede al interior de las tecnologías y concentrarse en analizar el proceso más que los resultados. Uno de los puntos de partida que ha permitido el desarrollo del concepto de hipermediación (así como el de ecología de los medios) es la Teoría del Hipertexto y sus principales postulados a propósito del funcionamiento de Internet (Landow 1997).

La hipertextualidad de Internet admite que cada usuario diseñe de manera personalizada su *andar* y *estar*. En ese sentido, cada usuario construye su camino: “La cultura de Internet es la cultura de los creadores de Internet”, dice Castells (2006: 51). De modo que la Teoría del Hipertexto además de posibilitarnos nuevas formas de organización de la información, es un desarrollo fundamental para pensar la constitución de Internet y hacer evidente la participación activa de los *prosumidores* en el ecosistema informacional actual.

La Teoría del Hipertexto nos alienta a pensar el ecosistema mediático actual como la suma de un proceso evolutivo y de significación tanto de la tecnología como de los contenidos. De esta forma, proponemos investigar Internet según la idea de *texto*, la cual se construye a partir del uso de la información que hacen los usuarios día a día. Si bien Internet y las interfaces que la hacen entendible no son textos (al menos no todos), se pueden reflexionar como si lo fueran, de modo que se haga viable interpretar lo que va sucediendo en el uso cotidiano y particular.

El concepto de *prosumidor* se concibe originalmente desde una lógica económica, el cual ha sido retomado en los últimos años para explicar las formas de interactividad que suceden en la Red, en donde los usuarios pueden asumir simultáneamente los roles de productor y de consumidor. La palabra *prosumidor* es resultado de la unión de las palabras en inglés *producer* (productor) y *consumer* (consumidor), y se utiliza para designar a aquellas personas que producen información al mismo tiempo que la consumen. En *The Third Wave*, Alvin Toffler acuñó el término *prosumidor* al hacer predicciones sobre los roles de los productores y los consumidores (Islas, 2005).

Como ya hemos sugerido, la denominación más adecuada que describe la condición del usuario que consume y produce información es el concepto de *prosumidor*. En tanto esta es una determinación teórica, pero observable empíricamente, proponemos la siguiente pregunta como eje de reflexión para futuras investigación: ¿cómo se llega a ser *prosumidor*, y cómo la participación, la creación de contenidos, y la significación y apropiación de información implican la construcción social de Internet?

Mucho se ha hablado en la literatura académica de las potencialidades de la Red como un espacio que permite la publicación, generación, divulgación y producción de contenidos creados por los usuarios. Existen algunas posturas que aseguran que la posibilidad de participación directa sobre los contenidos por parte de los usuarios es una de las principales virtudes de Internet (Vanderdorpe, 2003; Wolton, 2003). En este sentido, Manuel Castells (2009), incluso, ha popularizado su *nuevo* concepto para tratar de explicar el contexto informacional actual, el de la *autocomunicación de masas* que (como decíamos arriba) se refiere esencialmente a la generación de comunicación como un acto que es potencialmente



(virtualmente) de masas o que puede ser estrictamente personal. Este es un concepto rico en reflexiones que de alguna manera trata de dar cuenta de los procesos de consumo y producción de la información y que nos invita a ver la comunicación como un proceso dialéctico que trasciende a los sujetos participantes, el canal e incluso la temporalidad. Así pues, resulta muy interesante en el presente y en el futuro de las investigaciones revisar las estrategias que emplean y desarrollan los usuarios respecto de la producción y publicación de contenidos en la Red, y cómo esto genera significados sociales compartidos.

La convergencia de diferentes lenguajes y medios de comunicación es un rasgo característico de Internet, tal como imaginaron los pioneros del hipertexto al desarrollar un espacio donde confluyeran todo tipo de documentos. Actualmente es una realidad que se ha visto desarrollar con el paso de los años en una constante coevolución con otras tecnologías y con los mismos medios de comunicación masiva. En Internet cabe el lenguaje escrito, visual, sonoro, etc. condición que ofrece una amplia gama de posibilidades de expresión y tipos de información. Esta condición hipertextual, se potencializa a través de una estructura no secuencial, y apoyándose en la digitalización, cada usuario efectúa su propio recorrido y trayectoria; a través de sitios los cuales conecta con otros.

La convergencia no es exclusiva de las nuevas tecnologías, sino que es un proceso natural, constante, una coevolución. Desde una perspectiva mcluhaniana, los medios siempre tienen elementos de otro medio anterior, de modo que la idea nos ayuda a considerar a Internet como un medio que es resultado de la evolución de un complejo ecosistema informacional (Scolari, 2009).

La hipermedialidad otorga nuevos significados y características a los medios, en este sentido Scolari (2008a: 69) la define como: "Un concepto que no solo hace referencia a la suma y fusión de los medios, sino que además intenta explicar el proceso de mediación en un contexto más complejo, en el que el usuario resignifica su relación con los medios y sus contenidos". La hipermedialidad en Internet no solo implica la conjugación de varios medios (televisión, prensa, radio, cine, libros, etc.) en un mismo sistema, sino que los redimensiona y adapta a sus características y necesidades (Landow, 1997).

Estamos ante una realidad informacional cada vez más compleja en donde el trabajo científico y académico que se realiza debe apostar por reflexionar Internet como un objeto de estudio orgánico y complejo, alejándose de perspectivas apocalípticas y esperanzadoras. Proponemos la reflexión de los procesos de consumo y producción de información a partir de una postura crítica a la razón digital que suponga y parta de nociones ahora muy cuestionables y hasta caducas.

Queda mucho por hacer en el estudio de los actuales ecosistemas hipermediales, pero sirva este trabajo para motivar reflexiones y para aportar en la medida de lo posible al estudio de la comunicación, siempre con la imperiosa necesidad de entender y comprender un poco más de nuestras realidades.

## Notas

(1) Este trabajo recupera elementos de una investigación más amplia acerca de la construcción social de Internet, y las estrategias de uso y significación de la información que despliegan y desarrollan usuarios nativos y migrantes digitales, realizada de 2009 a 2011.

(2) Entiéndase todos aquellos dispositivos y desarrollos tecnológicos que tienen como recurso y elemento principal de funcionamiento a la información (Castells 2009).

(3) Apelando a la noción de virtualidad propuesta por Levy (1999) podríamos decir que un dato es virtualmente información, en tanto el proceso de significación es lo que hace que un dato sea información, es decir tenga significado, lo cual no siempre ocurre.

## Bibliografía

- Basalla, George (1991): *La evolución de la tecnología*. México, Grijalbo.
- Berners-Lee, Tim (2000): *Tejiendo La Red - El Inventor de la World Wide Web nos descubre su origen*, España, Siglo Veintiuno.
- Bijker, Wiebe y Pinch, Trevor (1987): "The Social Construction of Facts and Artifacts: Or How the Sociology of Science and the Sociology of Technology Might Benefit Each Other", en Bijker, W., Hughes, T. y Pinch, T. (Eds.) *The Social Construction of Technological Systems. New Directions in the Sociology and History of Technology*. USA. MIT Press.
- Castells, Manuel (2006): *La era de la información, economía sociedad y cultura, la sociedad red*, México, Siglo Veintiuno.
- Castells, Manuel (2009): *Comunicación y Poder*. Madrid, Alianza.
- Eco, Umberto (2005): *La estructura ausente: introducción a la semiótica*. México, Debolsillo.
- Flichy, Patrice (1993): *Una historia de la comunicación moderna*, Barcelona, Gustavo Gili.
- Islas, Octavio (2005): "La sociedad de la información", en Islas y Benassini (eds), (2005): *Internet, la columna vertebral de la sociedad de la información*, México, Miguel Ángel Porrúa.
- Landow, George (1997): *Hipertexto; la convergencia de la teoría crítica contemporánea y la tecnológica*. Barcelona, Paidós.
- Lara Pablo y Martínez José Ángel (2006): *La organización del conocimiento en Internet*, Barcelona, España, Editorial de la Universidad de Oberta de Cataluña.
- Latour, Bruno (1996): *Reensamblar lo social, una teoría del actor-red*. Buenos Aires, Ediciones Manantial.
- Lévy, Pierre (1999): *¿Qué es lo virtual?* Barcelona, Paidós.
- Orozco, Guillermo (2012): *Televisión y producción de interacciones comunicativas*. Comunicación y Sociedad, Año 9, julio-diciembre 2012, México, Universidad de Guadalajara.
- Pinch, Trevor (1997): "La construcción social de la tecnología: una revisión", en Santos, M. J. Y Díaz Cruz, R. (comp.): *Innovación tecnológica y procesos culturales. Nuevas Perspectivas teóricas*. México Fondo de Cultura Económica.
- Scolari, Carlos (2008a): *Hipermediaciones; Elementos para una teoría de la comunicación Digital Interactiva*, Barcelona, Gedisa.

- \_\_\_ (2008b): "Hacia la hipertelevisión. Los primeros síntomas de una nueva configuración del dispositivo televisivo". *Diálogos de la comunicación*. N.º 77. Julio-diciembre.
- \_\_\_ (2009): "Alrededor de la(s) convergencia(s): Conversaciones teóricas, divergencias conceptuales y transformaciones en el ecosistema de medios". *Signo y Pensamiento* N.º 54 XXVIII, enero-junio 2009.
- Siles Gonzales, Ignacio (2008): "A la conquista del mundo en línea: internet como objeto de estudio (1990-2007)", Revista *Comunicación y Sociedad*, Guadalajara Nueva época, N.º 10, julio-diciembre, pp. 55-79.
- Mateos Muñoz, Agustín (2009): *Gramática Latina; Antología y Vocabulario*, Esfinge, México.
- Vanderdorpe, Christian (2003): *Del papiro al Hipertexto, Ensayo sobre las mutaciones del texto y la lectura*. Buenos Aires, CFE.
- Wolton, Dominique (2003): *La otra mundialización, los desafíos de la cohabitación global*, México, Gedisa.