

LA WEB SOCIAL: NUEVO ÁMBITO PARA LA COMUNICACIÓN SOCIAL

*Hernán Azpiazu, Mela Bosch, Carlos Rojas,
Luis Sorgentini y Héctor Thompson
Universidad Nacional de La Plata (Argentina)
hthompson@perio.unlp.edu.ar*

Resumen

En los años '90 aproximadamente el 80 por ciento de los contenidos disponibles en la Web eran creados por empresas y el 20% por usuarios independientes de las empresas. Actualmente la proporción se ha invertido. Más atrás en el tiempo, cuando el monopolio estaba en manos de los medios tradicionales —diarios en papel y en la Web 1.0— regía un esquema unidireccional, o sea, de uno a muchos. Cada uno de los “muchos” realizaba una lectura y reflexión aislada, con poca posibilidad de establecer un feedback. La comunicación social está sufriendo una transición desde los medios tradicionales al periodismo colaborativo, que se manifiesta en la denominada Web social. Este trabajo, en el aspecto teórico es una reflexión introductoria a ese cambio y en el práctico muestra lo simple que es crear un blog y lo difícil que es de ser leído.

Antecedentes de la Web social

Cuando Internet se inició, el entorno era estático, con páginas que sufrían pocas actualizaciones y no existía la posibilidad de interacción inmediata con el usuario. Un pequeño número de escritores creaba páginas Web para un gran número de lectores. Como resultado, se podía obtener información yendo directamente a la fuente: por ejemplo Microsoft.com para temas de Windows y CNN.com para noticias.

Con el tiempo, más y más personas comenzaron a escribir contenido además de leerlo. Esto tuvo efectos interesantes: es posible abarcar toda la información que nos importa (cierto es que no hay suficiente tiempo para todos los temas que nos interesan y nos vemos obligados a seleccionar... como la buena lectura de libros).

A medida que la edición personal se popularizó y se convirtió en la corriente dominante, se hizo evidente que el paradigma Internet 1.0 tenía que cambiar.

Lo que se denomina Internet 2.0, es en realidad un modo usar la Internet en la cual se ha pasado desde la red de documentos a ser una Internet de datos. Ya no es imprescindible buscar las viejas fuentes de información. En la Web 2.0 estamos utilizando y creando un nuevo grupo de herramientas disponibles para generar y recibir las informaciones nuevas de nuestro interés, en resumen: comunicar sin límites en tiempo real.

En síntesis, vivimos en una situación de superabundancia de comunicación un fenómeno social, para analizar. Para las personas esto es tan acelerado, que el aprender las nuevas herramientas está quitando tiempo a la reflexión, tal vez, sea el momento de encontrar parámetros comunes, y empezar a construir una teoría basada en la experiencia habida, teoría superadora de las herramientas

Web Social: nacimiento de los micromedios

Cada sitio accesible en Internet es un espacio que tiene dos posibilidades de modificación

- Sitios restringidos en su edición a una o pocas personas profesionales de la informática, quienes pueden, mediante herramientas especializadas modificar integralmente lo que la página exhibe.
- Sitios creados y utilizados por personas sin capacitación informática profesional, las cuales pueden editarlo sin la necesidad de conocimiento informático especializado.

Entonces, cuando la interactividad está permitida, nos hallamos en un espacio que denominamos Web social. Para definirla con más precisión podemos decir que la Web social comprende el uso de un conjunto de servicios basados en la colaboración, la interactividad y la posibilidad de compartir contenidos.

Una consecuencia importante para la comunicación social es que cada interactuante puede crear su propio micromedio en la Web social. Los contenidos de esos micromedios son destacados por las visitas e interacción de los demás internautas (con posibilidades que van desde agregar comentarios a modificaciones de lo publicado).

Micromedios más comunes

En esta parte haremos una reseña de cuáles son los medios que se utilizan comúnmente en la Web social.

Blogs

El blog, denominado bitácora cuando se trata de un diario de vida del autor, es un espacio Web periódicamente actualizado que recopila cronológicamente textos o artículos de uno o varios autores, apareciendo primero el más reciente, donde el autor administra lo que se publica. El término inicial fue "weblog" proviene de las palabras Web y log ('log' en inglés = diario), abreviado actualmente como blog.

Los lectores pueden escribir comentarios respecto de cada artículo del blog, y el autor, si les responde, puede iniciar un diálogo con ellos. La decisión de permitir publicar comentarios a los lectores, o a algunos lectores, es una potestad del autor.

Los antecedentes de los blogs son las listas de correo, los pizarrones electrónicos y los foros. También fueron sitios actualizados periódicamente por sus autores pero con herramientas que requerían capacitación profesional informática. Actualmente distintas empresas brindan servicios de almacenamiento de blogs.

En la cátedra de Tecnologías en Comunicación de la FPCS de la UNLP, los alumnos están usando para instalar su blog particular los servicios gratuitos de uno de los prestadores. La cátedra usa como medio de comunicación con sus alumnos el espacio Web, el blog sito en: <http://www.tecnologiasfpcs.blogspot.com/>.

En el espacio Web de la cátedra está indicado como se crea un blog nuevo y como se puede luego modificar, agregando nuevas entradas:

<http://perio.unlp.edu.ar/tecnologias/blog/index.html>

Los blogs permiten:

Del lado del creador

Establecer el aspecto visual resuelto a través de plantillas disponibles. Se define una vez la presentación gráfica y después se cargan los contenidos que se van acumulando en bases de datos.

Del lado del lector

Se diferencia sustancialmente de una tradicional publicación en HTML, para lo cual había que diseñar previamente y subir los archivos por FTP. No es necesario ir a la computadora que almacena el blog, para poner la información, la misma puede estar en cualquier lugar del planeta. No hay que conocer nada de programación o manejo del lenguaje de las páginas (HTML). Los blogs no solamente permiten publicar, la idea es crear redes de colaboración y opinión.

Existen sitios que permiten saber sobre los blogs asociados a una temática determinada, o sea, permiten hacer un seguimiento en la blogósfera de un blog: quienes lo leen y se vinculan a una determinada área.

Para crear un blog exitoso (consultado y comentado) es necesario responder la pregunta ¿en qué ámbito se puede generar un interés real y permanente de la comunicación? Una respuesta la tuvo el soldado norteamericano que comenzó a publicar desde un ámbito nuevo: dentro de la guerra de Irak

Podcasts

Son programas de radio distribuidos en formato mp3. Este formato permite bajarlos como archivo para ser reproducidos en cualquier aparato con tecnología mp3 (desde la computadora a los ipods).

Videocasts

Son videos distribuidos en formato mp4. El más popular es el YouTube.

Wiki

Se trata de un sitio que permite la modificación del contenido por el público (permite la edición. El más conocido es Wikipedia (la más completa y popular enciclopedia actual).

RSS

Facilita la distribución del contenido de un sitio. Al suscribirse a una página con RSS se reciben las actualizaciones sin necesidad de volver a la página periódicamente.

Ajax

Es el acrónimo de Asynchronous JavaScript And XML, es decir que una conjunción de dos tecnologías. Permite que una determinada Web se comunique con el servidor en segundo plano, respondiendo a eventos sin tener que recargar la página. Hace uso de JavaScript asíncrono más XML para el desarrollo de aplicaciones Web interactivas.

Consecuencias de la Web social

Analizaremos ahora cuáles son las consecuencias en las prácticas cotidianas de comunicación del uso de la Web social.

Aparentemente los individuos empiezan a tener las mismas posibilidades de comunicar hacia el exterior, que un medio tradicional jerárquico. Grupos de personas inauguran blogs que compiten con distribuidores locales de contenido y emergen emisoras locales on-line, con la sola disposición de una computadora y la conexión de banda ancha, pasando de ser sólo consumidores a productores, estamos ante la concreción de una construcción colaborativa de conocimiento.

Como resultado:

- Se produce una gradual migración desde los multimedios a Internet, perdiendo su anterior eficacia los mensajes publicitarios tradicionales.
- Se fragmentan los canales, esto dificulta el cubrir a todos, pero permite el envío de mensajes específicos a públicos específicos.
- Periodicidad: un diario-papel publica cada 24 horas, un diario digital se actualiza permanentemente. Así luego de los atentados en Londres la información apareció primero en los flickers (marcados con etiquetas identificables por los buscadores), haciendo obsoletas las noticias de los diarios del día siguiente.
- El “boca a boca” amplió su canal alcanzando a los foros y blogs; actualmente las características de calidad de un producto puede extenderse primero por la blogósfera y luego pasar a los multimedios.
- Publicidad contextual: una forma muy popular de publicidad online son los anuncios contextuales. Este sistema realiza un rastreo de la página y muestra aquellos anuncios de productos o servicios acordes con las palabras contenidas en la misma. Se paga por clics efectuados sobre cada anuncio.

¿A qué está afectando esta nueva forma de comunicación?

A lo largo de cada vida, cada individuo, va formando una cosmovisión que con la que filtra la información recibida. Esa cosmovisión probablemente impida cambiar de punto de vista para ver los fenómenos. Se lee una noticia e inmediatamente se ve desde el punto de vista de la particular cosmovisión.

En el periodismo colaborativo la interacción (los comentarios de los lectores), permiten ver impresos, otros puntos de vista y cambia el valor de verdad de que expresan los medios tradicionales; en ese sentido –los medios compartidos- ayudan a la difícil tarea de cuestionar nuestra rígida visión respecto de ciertos asuntos que se han instalado en la mente.

De ahí que no sea Internet quien dificulte algún tipo de conocimiento, sino el uso que de Internet se hace. Esta aclaración es necesaria ya que con las tecnologías nuevas ocurre, con frecuencia, algo semejante, se le echan culpas que están asociadas al comportamiento de las personas (una persona que se aísla, es adicta o manifiesta cualquier otra patología, puede presentar ese comportamiento en contacto con cualquier ámbito tecnológico; así ha habido apego a los libros, a coleccionar estampillas, al auto... y también a Internet. Entendemos que el problema está en las características personales, no han sido generadas por el medio de comunicación sino que se manifiestan en el uso del medio de comunicación.

Desde el punto de vista de la antropología cultural las herramientas tienen una influencia muy grande: la rueda, la pala y la bicicleta son símbolos de revoluciones sociales. En el caso de Internet es responsable de una manera de informar, de establecer comunicación e influir en nuestra vida.

En este proceso de transición estamos elaborando con nuestro hacer la teoría sobre cómo influye Internet en la comunicación social.

Desde el punto de vista del alcance, los medios de comunicación han ido avanzando desde las escrituras rupestres pasando por la imprenta, la radio y TV, llegando Internet a un alcance geográficamente global con una hiperabundancia de información, generando la necesidad de reflexionar para poder filtrar.

Desde el punto de vista de la inteligencia en acción, entre aquellos que usan poco de la mente (los violentos) y los que sólo usan la mente (los meditantes) hay niveles medios de capacitar a la mente para el necesario filtrado de la información, hoy hiperabundante.

Desde un punto de vista filosófico una pregunta que habría que responder ante estas dudas es “lo que se hace, ¿sirve para la evolución humana?, ¿sirve para dejar un mundo mejor que el que recibimos?”.

El ciberespacio es un ámbito de encuentro cultural y multilingüe. Hay marcos de referencia poco explícitos. A pesar de ello hay una generación de conocimiento, en comunidades virtuales y hay experiencias colaborativas como nunca antes en la producción intelectual.

Analizaremos ahora cómo llegamos hasta aquí

Los cambios en el acceso al conocimiento: el pasado y el futuro

“Lo único que los seres humanos podemos modificar es el pasado” dijo en forma evidentemente irónica Foucault. En este momento los que hemos crecido en estos primeros 25 años en el ámbito informático, estamos en condiciones de rever el pasado y replantear el futuro; en el mundo informático impactan los cambios en muchas otras disciplinas, como la filosofía, epistemología, lógica, lingüística.

Un poco de esta historia:

En los años 80 surgió una corriente crítica: Rorty, autor norteamericano, paralelamente al alemán Gadamer, plantea dos orientaciones en el acceso al conocimiento:

- Orientación epistemológica o fundacionalista
- Orientación hermenéutica

En el acceso al conocimiento con una orientación epistemológica o fundacionalista, la codificación ofrece la posibilidad de ampliar, robustecer o mostrar lo que se conoce. La denominación es una actividad codificadora por excelencia: se designa en forma ideal e unívoca lo conocido: el conocimiento avanza basándose en aciertos.

Orientación hermenéutica

El enfoque hermenéutico (Hermes es el mediador en la mitología griega), la codificación es una forma de construcción del conocimiento -no se codifica para basar los aciertos- sino para ir construyendo ese conocimiento. El conocer es una actividad “edificadora” fuertemente lingüística, de enunciados justificados por otros enunciados que se complementan.

Enfoque heurístico

Es el otro enfoque de la construcción del conocimiento. La palabra *heuris* significa “huelo bien” o “buena nariz”. Supone una construcción ideal de la realidad. Se encuentra algo y se apoya en ese acierto para seguir avanzando.

Según la definición de la ANSI/IEEE Std 100: “*la heurística trata de métodos o algoritmos exploratorios durante la resolución de problemas en los cuales las soluciones se descubren por la evaluación del progreso logrado en la búsqueda de un resultado final*”.

Sobre la base de esta metodología heurística se desarrolla todo el período “de la gran catedral”, esta expresión hace referencia a un texto de Eric S. Raymond “La catedral y el bazar”, donde dice que todo el primer período del desarrollo informático el software y el hardware se construían como catedrales.

Las catedrales nacen a partir de un plano abstracto ideado por algunos ingenieros de software (los monjes en sus abadías), modificando cosas en la práctica por parte de los programadores (los constructores), cuando lo imaginado no se ajusta a las limitaciones de lo real.

El resultado de ese período de la catedral es

- sistemas cerrados
- desarrollos aplicados a cada sitio o ambiente
- planificación central y jerárquica
- propiedad privada y encriptada de las fuentes
- separación entre quienes producen y quienes usan

Los ejemplos paradigmáticos de esta etapa son IBM y Microsoft y todo el software propietario unido a la difusión de la computadora personal potenciado con Internet nacida de un impulso heurístico de los años 60.

La Web superficial y la Web profunda

Entonces, existe una tendencia heurística y una tendencia hermenéutica en el acceso al conocimiento que se expresa en el desarrollo de software con diferentes potencialidades.

De la etapa heurística surge la primera Internet, caracterizada por una Web profunda y una Web superficial. La Web superficial es la de los sitios públicos y la Web profunda es una gran masa de datos e información accesible a pocos, y en muchos casos paga, que está organizada en:

- bases de datos de empresas, organismos, instituciones
- sistemas de apoyo a la gestión
- catálogos de productos
- sistemas de servicios

- información comercial, técnica y financiera
- bases de datos especializadas en temáticas particulares: médicas, negocios, espaciales
- bibliotecas virtuales de universidades y centros de estudios

Para acceder a esta información es necesario aprender a manejar cada una de estas bases de información, con una estrategia compleja de búsqueda usando operadores booleanos.

Cuando navegamos la Web pública nos hallamos en la superficie. Si se tiene la habilidad técnica y el dinero -se paga por acceder- se puede pescar información en la Web profunda. Esta es la regla de la primera Internet.

De la primera Internet al bazar cibernético

En la primera Internet, la ventaja es el servicio; y la desventaja, la exasperación ante la dependencia tecnológica; esto produce como reacción piratería, virus, hackers, pero también en medio de la resistencia y la experimentación surgió lo que se llamó el gran bazar cibernético global donde:

- Todos producen y exponen sus productos
- Intercambian, complementan y completan esos productos
- Se produce modularmente
- Se produce sin coordinaciones centralizadas, sólo líneas guía
- Los recursos se encuentran distribuidos
- Quienes usan y quienes desarrollan se complementan y cambian roles

Una parte de Internet cambia y se “anarquiza” y liberaliza las licencias de software (el software se vuelve libre), los espacios son usados por todos.

Es el momento de la Web 2.0 que tiene las siguientes características:

- Hermenéutica: interpretativa, interactiva (es muy relativa, cada uno llega y propone sus propias líneas)
- Se trabaja con *software* libre, *blogs*, *wikis*, sitios autogestionados y autocatalogados, comunidades virtuales basadas en trabajo en grupo
- Se pasa del “usuario”, al generador-cliente y se aprovecha la inteligencia colectiva para aumentar la potencialidad
- Se establecen enlaces, insertando palabras claves, en muchas lenguas, escribiendo, traduciendo.

La centralidad no está ya en los “servicios de información” sino en posibilidad de abrir a la colaboración y autogestión espacios para que los antiguos usuarios se transformen en personas participantes

Relación entre Web 2.0 y la Web 1.0

En la Web 2.0 -desde el punto de vista conceptual- estamos en un espacio hermenéutico, donde hay un gran trabajo interpretativo individual, circulación y construcción colaborativa del conocimiento.

En cuanto a lo tecnológico, presenta la información navegable, espacios auto-construidos en blogs, wikis y freeservers.

El contenido se describe y difunde en forma autogestionada por medio de la sindicación RSS.

Esto se diferencia del trabajo de la Web 1.0, donde se iba al sitio de publicación periodística, se publicaba la nota o noticia y se armaba la base de datos con archivos.

En la Web 2.0:

- Se pasa de la producción centralizada a la descentralizada
- Regla general: todo vale, siempre que el que lo produce se haga responsable de lo que expresa

En conclusión: escenarios que por momentos se contraponen pero otras veces tienden a complementarse con los de la Web 1.0, en este momento muchos diarios on-line están armando su espacio de blogs y tienen el icono RSS, con lo que se puede complementar la Internet 1.0 con la 2.0.

Ventajas

- Facilidad y el bajo costo para la realización de proyectos, no existe problema tecnológico como para convertirse en un medio
- Posibilidad de realizar experiencias colaborativas intercambiando y aprovechando de las habilidades de los que participan, desde cualquier parte del mundo.

Desventajas

- Poca visibilidad y gran fragmentación (es posible perderse en la blogósfera)

- Hay muchas dificultades para entenderse (no solo por barreras idiomáticas, ya que una característica de la Web 2.0 es el multilingüismo). Hay falta de garantías en cuanto a la calidad
- Discontinuidad tanto de los proyectos como de las personas, igual que en Web primera.

La Web 2.0 y las organizaciones en general

La aparición de otra cultura del conocimiento con usuarios activos que personalizan sus herramientas, buscan información, la transforman, crean nuevo conocimiento y lo difundan. Menos pasivo y menos dependiente del exterior, sorprendió a las empresas que están ahora avanzando con experiencias de *Blogging* corporativo el cual tiene las siguientes características:

- Formato blog a temas relacionados con la comunicación externa
- Pulso de la opinión del mercado
- Vía de información sobre el sector o la competencia
- Canal de generación de "marketing viral" o de venta indirecta

También se está experimentando con las herramientas de comunicación de Web 2.0 para uso interno en organizaciones, y demuestran que favorecen la interacción, facilitan el seguimiento y la coordinación de grupos de trabajo.

Se lo usa entre otras cosas para:

- Reflexión corporativa a través de blog
- Compartir fuentes de información difundiendo enlaces
- Comentar entradas de otros participantes
- "Inculturación" de nuevos entrantes
- fomento de las relaciones interpersonales
- Formación: instrumento de coordinación para el trabajo en grupo con herramientas ad hoc.

La Web 2.0 en la comunicación social

Haremos una síntesis de la relación entre Web 2.0 y la comunicación social. El panorama general es de espacios independientes, individuales: blogs, wikis, sitios colectivos, licencias y software libres.

En estos espacios surgen comunidades virtuales, en especial las comunidades de práctica, herederas y renovadoras de las listas de discusión por correo electrónico.

En cuanto a la producción de contenidos se pasa del copywrite al copyleft y a la creative commons licence. Estas dos últimas son licencias de derecho abiertas. Copyleft: significa que puede tener cualquier uso. "C invertida" ("reversed c") Utilizado como contrapartida del símbolo del copyright, no posee reconocimiento legal.

Creative commons licence: se debe reconocer el trabajo original. Algunos derechos se reservan.

Otras opciones son:

- Apertura voluntaria de derecho de autor: el autor se ofrece para redistribuir copias de un trabajo determinado, para garantizar que cada persona que recibe una copia o una versión derivada de un trabajo, pueda a su vez usar, modificar, y redistribuir tanto el propio trabajo como las versiones derivadas del mismo.
- Open content: por analogía con "open source" se puede aplicar a cualquier tipo de trabajo de autoría: documentos, imágenes, audio. Explícitamente permite la copia Implementa prácticamente la filosofía copyleft y de Free Software (Licencia de Documentación Libre GNU).

Actualmente aconsejan el uso de Creative Commons de 2002. Para publicar bajo esta licencia, simplemente se coloca un link desde donde se indica Some Rights Reserved al sitio de creative commons y al tipo de licencia que se quiere usar <http://creativecommons.org/>

Sin duda no se puede entender el mundo de la Web 2.0 sin pensar el problema de la autoría, basta indicar algunos de los espacios copyleft:

Procomun: <http://www.procomun.net>

Wikipedia: <http://www.wikipedia.org>

Sindominio: <http://www.sindominio.net>

Indymedia: <http://www.indymedia.org>

Inforosocial: <http://www.inforosocial.org>

¿El espacio Web emergente es un peligro o un nuevo inicio para las disciplinas y los profesionales de las Comunicación Social?

En esta parte hacemos un resumen dejando abiertos los interrogantes.

En la primera Internet (Web 1.0) teníamos:

- Medios en línea
- Bases de datos de información histórica
- Recolección y archivos de documentales periodísticos
- Desarrollo de tesauros y lenguajes controlados para los archivos de imágenes y textos
- Taxonomías para indización automática
- Ontologías para acceso semántico a servicios Web

Tenían sus características favorables y desfavorables.

Favorables

Espacios Web rigurosos y consistentes.

Desfavorables

- Laboriosidad del desarrollo
- Dificultad de actualización
- Mucho tiempo y dinero: peligro de interrupción o discontinuidad.

Cada vez hay menos organismos que financien, por lo que los productos necesitan ser velozmente rentables, lo cual lesiona la calidad.

Para los profesionales requiere una larga y costosa formación con una dispar posibilidad de trabajo. En cambio en la Web 2.0 los profesionales, que son los nuevos trabajadores del conocimiento requieren:

- Formación y experiencia multidisciplinarias, habilidades informáticas y de disciplinas particulares en muchos casos.
- Realizan fundamentalmente teletrabajo en varios equipos simultáneamente formados por personas que a veces están en diversas partes del mundo y se interactúa en diversas lenguas.

Con lo que se tiene como beneficio una relativamente mayor posibilidades de trabajo, flexibilidad, movilidad y creatividad y como contra la precariedad, ya que es un trabajo precario.... Lo cual también afecta a los profesionales orgánicos de medios, instituciones y empresas que forman el colectivo de base de la Web primera... o sea que la precariedad avanza en todos los frentes de trabajo.

Conclusión

- Todo está en construcción
- Hay diversidad de escenarios comunicativos
- El contexto laboral es incierto, pero en expansión: se consigue trabajo precario, se trabaja mucho
- Las fuentes de financiamiento no son directas: las personas deben inventar su propio trabajo, este surge por iniciativas de los individuos, se reúnen equipos con una localización global, *ad hoc* en la temática y en el tiempo, se generan sus propias alternativas de financiación a través de negociación de publicidad, es necesario atraer interesados en el producto que consentirán la extracción de información normalmente sujeta a normas de privacidad como forma de "pago"
- Con metodologías heurísticas: aún tenemos mucho que hacer
- Las experiencias en la Web 2.0 requieren: habilidad de comercialización, modestia (tener paciencia en el aprendizaje, pruebas que salen mal, etc.), solidaridad, tolerancia y transparencia
- No hay previsiones respecto de lo que ocurrirá en cuanto a los aspectos tanto técnicos como profesionales

Queda abierta la discusión sobre cómo lograr el equilibrio entre el trabajo por lo general autofinanciado, móvil, multiprotagonico y la posibilidad de llevar adelante proyectos de comunicación en forma rigurosa y respetuosa.

Bibliografía

Lessig, L. (2004) *How Big Media Uses Technology and the Law to Lock Down Culture and Control Creativity*. Penguin Press. ISBN 1594200068. [Disponible en: <http://www.free-culture.cc/>].

Pisani, F. (2006) *Arquitectura de participación y negocios. Los casos de éxito en Web 2.0 son de los que han aprendido a crear y a beneficiarse de los efectos de redes*. El País. 04-05-2006 [Disponible en:

<http://estrecho.indymedia.org/sevilla/newswire/display/24632/index.php>].

Rorty, R. (1979) *Philosophy and the mirror of nature*. Princeton: Princeton University Press.

Ruby, C. (1994) Hans-Georg Gadamer. L'herméneutique: description, fondation et éthique. EspacesTemps.net. [Disponible en: <http://www.espacestemps.net/document355.html>]. Consultado noviembre de 2006.

Nuevos usos de Internet en comunicación:

<http://perio.unlp.edu.ar/tecnologias/WebSeminario2006/index.htm>

Vattimo, G. (1992) *Oltre l' interpretazione*. Roma: Laterza.

Wikipedia <http://es.wikipedia.org/wiki/Portada>