

## La construcción social de internet: estrategias de uso y significación de la información

José Manuel Corona Rodríguez  
corona.jm.r@gmail.com  
Universidad de Guadalajara, México

Paakat: Revista de Tecnología y Sociedad, "Redes sociales y diversidad".  
Año 2, Número 3, septiembre-enero 2012-2013.

Recibido: 16-08-2012  
Aceptado para su publicación: 27-08-2012

José Manuel Corona Rodríguez, maestro en Comunicación (Universidad de Guadalajara, 2011). Profesor de Periodismo de la Universidad de Guadalajara. Líneas de investigación: Consumo y producción informacional en Redes Sociales, Ecología de los Medios, Hipermediaciones y Cibercultura.

# La construcción social de internet: estrategias de uso y significación de la información

José Manuel Corona Rodríguez

MULKINAH

## Resumen

Este trabajo reflexiona acerca de las estrategias de uso de la información que desarrollan y emplean los usuarios de Internet en la cotidianeidad, para lo cual se asume que Internet como desarrollo tecnológico es el resultado de un proceso de construcción social, y que los usuarios se valen de estrategias específicas que les permiten desplegarse y moverse en la Red.

La interacción diaria de los usuarios con Internet crea un vínculo de modo que se influyen mutuamente: estar, conectarse o navegar en Internet se ha convertido en un acto lleno de sentido tanto para los usuarios como para la tecnología misma. Este trabajo analiza eso que hacen allí los usuarios y las formas en cómo lo hacen, se reflexionan las particularidades en las que se usa la información y cómo es que este proceso crea y da sentido a la Red.

## Palabras clave

Hipertexto, Construcción Social, Información, Hipermediaciones.

## Abstract

This paper makes a reflection about the strategies of the uses of information developed by the internet users on a daily basis. For such objective it is assumed that the internet, as a technological development in the result of a process of social construction, and the users make use of specific strategies that enable them to deploy themselves and to move in the network.

The daily interaction of the users with the internet creates a link that makes both of them to influence each other; to be, to get connected or to browse the internet has become an act full of meaning for both users and technology itself. Here it is analyzed what users do there and the ways they do it; a reflection is made about the particularities in which information is used and how it is that this process creates and provides meaning to the network.

## Keywords

Hypertext, Social Construction, Information, Hypermediation.

## Introducción

Con el paso de los años hemos sido testigos del crecimiento y desarrollo exponencial de las Tecnologías de la Información y la Comunicación; desde diferentes perspectivas 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 lo social. Pero la tarea de estudiar a la sociedad no es para nada una labor sencilla, debe ser en todo caso, una tarea compartida y efectuada desde miradas heterogéneas.

Una de esas miradas es la de comprender nuestro contexto social desde la tecnología, no desde una mirada técnica per se, sino desde una perspectiva socio-cultural a partir del papel que desempeña la tecnología en y para la sociedad. En este contexto, resulta cada vez más importante estudiar estos aparatos *informacionales*<sup>1</sup> siempre desde una vi-

sión 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 nuestras realidades.

En ese sentido, debemos recordar que la tecnología no consiste sólo en máquinas y artefactos técnicos, así como las computadoras y los aviones son producto del desarrollo tecnológico, también lo son los libros, los cuadernos, los zapatos, etc., (Basalla 1991). Las tecnologías de la información y la comunicación son algo más que sólo *medios y tecnologías*, son sistemas que nos permiten observar y desarrollar nuevas realidades, y tener nuevas experiencias. En este sentido creemos que el concepto de *información* cambia fundamentalmente la forma en que se explica el papel de la tecnología en la sociedad,

1 Entiéndase todos aquellos dispositivos y desarrollos tecnológicos que tienen como recurso y elemento principal de funcionamiento a la

información (Castells 2006: 65).

y es allí en donde nuestro objetivo se ubica, en el esfuerzo por repensar el papel de la información a partir de los usos particulares y las estrategias que cada usuario emplea para interactuar con la Red. Nos encontramos en el contexto de una sociedad caracterizada por la importancia que cobra la información como un elemento imprescindible para explicar fenómenos sociales y como un componente que da sentido a nuestra realidad contemporánea.

Este documento<sup>2</sup> busca reflexionar esos procesos de creación de sentido desde una perspectiva micro, recuperando las formas en que los usuarios utilizan la tecnología para sus propios fines y conviven con ella más allá de los usos previstos o no previstos. Esto implica asumir como punto de partida que la experiencia individual de los usuarios da sentido a la Red de un modo particular en cada caso, pero también grupal y social a partir de las formas de uso que son compartidas.

Desde esta perspectiva se aborda la relación de los usuarios con Internet como un escenario simbólico de nuevas formas de aprendizaje e interacción con el mundo. Asumimos que existe por parte del usuario un proceso de apropiación gradual que produce contextos de participación, generación, e intervención sobre los significados de la Red. Este proceso sucede en el día a día de los usuarios y es posible recuperarlo para rearmar y dar sentido a las formas de utilización tanto de la información como tal, como de las herramientas, software y dispositivos que involucra. Este proceso de rearmar el sentido de lo que sucede en la cotidianidad de las personas, está pensado a partir de la noción de *recorrido*<sup>3</sup> como una actividad que posibilita la interacción de los usuarios y que deja huella de su estar en Internet.

En este sentido, recordamos lo que decía Michel De Certeau (1996) sobre las artes del hacer:

“Los consumidores producen algo que tiene la forma de trayectorias (...) trazan trayectorias indeterminadas aparentemente insensatas porque no son conscientes del espacio construido (...) circulan, van y vienen, se desbordan y derivan en un relieve

ve impuesto, como olas espumosas de un mar que se insinúa entre los riscos y laberintos de un orden construido” (40).

De modo que las trayectorias vendrían a ser estos recorridos, es decir, estos caminos que transitan y construyen los usuarios a través de la información y en los que despliegan sus estrategias y lógicas de uso de las herramientas de la Red. Así pues, creemos una oportunidad metodológica reflexionar e investigar las estrategias que emplean y desarrollan los usuarios en la Red para resolver problemas, satisfacer necesidades y en general para usar la información disponible en Internet.

Planteamos analizar las formas de uso de la información más allá de si son previstas, no previstas, válidas, no populares, indeseadas o secundarias. De lo que se trata, no es de evaluar o cualificar la utilización de la información y las herramientas, sino más bien, de examinar la participación social en la influencia y construcción de la tecnología a partir del uso de la información en contextos particulares. Se trata de eliminar las lógicas mecanicistas en las que se supone las herramientas tecnológicas deben ser utilizadas o funcionar de determinada manera. Asumimos que quienes participan de la Red tienen sus propias lógicas para usar las herramientas, no hay una forma correcta de hacer las cosas, tienen sus propias formas de validación, que en muchos casos son compartidas.

El resultado de lo que hacen los usuarios sería una combinación entre disposiciones técnicas del sistema y las lógicas y capacidades individuales y sociales que se emplean para resolver problemas y satisfacer necesidades, resultado de la aplicación y elaboración de estrategias.

Las certezas absolutas son pocas en el planteamiento que proponemos, pero una de ellas es que para entender Internet es necesario verle como una tecnología que no está perfectamente formada o plenamente terminada, es decir, que son los usuarios quienes le otorgan en un proceso dialéctico sus características y posibilidades predominantes, no finales, sino predominantes. Esto implica que las personas usan Internet según procesos de adecuación a situaciones sociales, ya sean afectivas, culturales, cognitivas u otras, ordenando su contexto y los significados que atribuyen, construyen y ratifican sobre la Red.

<sup>2</sup> Las ideas que aquí se desarrollan son resultado de una investigación desarrollada en el contexto del programa de Maestría en Comunicación de la Universidad de Guadalajara en 2011.

<sup>3</sup> Noción tomada directamente de los postulados de la teoría del Hipertexto de George Landow (1994). Se refiere directamente a la posibilidad de observar los caminos que hacen los usuarios a través de los hipertextos que constituyen la Red.

*La Construcción Social de la Tecnología: Internet en la mira.*

En el estudio de las Tecnologías de Información y la Comunicación es necesario empezar por reconocer que han tenido durante varios años el calificativo de nuevas, lo cual hoy parece caduco, y un lugar común cada vez más carente de sentido (Gómez Mont, 2002). Se ha cuestionado por diversos autores en numerosas ocasiones (Wolton, 2003; Piscitelli 2005; Siles, 2008), lo nuevo como calificativo válido para nombrar a las tecnologías actuales de la información y la comunicación, no sólo porque ya han pasado años desde su *aparición* y desarrollo, sino además porque las tecnologías siempre han estado y están cambiando.

Se propone pensar a las tecnologías actuales (incluido Internet) como la evolución de los medios tradicionales (Gómez, 2002; Scolari, 2008b). Principalmente porque el estudio de Internet desde una perspectiva del consumo de la información implica necesariamente una mirada histórica, que considere a las tecnologías como resultado de un proceso evolutivo constante. Scolari (2008b) desde sus *Hipermediaciones* sugiere que para realizar un adecuado análisis de las tecnologías de la información y la comunicación es necesario pensarlas de forma integral y evitar los calificativos deterministas, ya que los medios son sólo resultado de un proceso de evolución constante.

Conforme pasan los años, Internet se ha consolidado como el más importante desarrollo tecnológico que integra adelantos fundamentales para la comunicación, avances tales como: la informática, las telecomunicaciones, la digitalización, el desarrollo de empresas de software, entre muchos otros, los cuales han permitido que se sitúe como el más significativo progreso entre todas las tecnologías de la información actuales, de modo que el interés por dar cuenta de las implicaciones sociales de su uso mantiene una válida vigencia en la actividad académica (Siles, 2008).

Aquí conceptualizamos Internet desde una perspectiva que podemos resumir según las palabras de Bruno Latour (1996: 50), como "un espacio de mediación y articulación donde lo técnico y lo social convergen de forma híbrida". Evidenciando nuestro interés por conceptualizar Internet como un objeto de estudio que si bien se mueve en términos de lo técnico es igualmente significativo (o más) pensarlo como una construcción resultado de lo *social*.

Según Searls y Weinberger (2010) Internet más que una cosa técnica es un acuerdo, lo que significa que es posible extrapolar el significado original de la *comunicación* a Internet, como un acuerdo que es esencialmente producto de la sociedad<sup>4</sup>. De modo que pensamos Internet en el sentido de la construcción social, es decir, los desarrollos tecnológicos son producto de lo social y no de lo puramente mecánico y eléctrico. Proponemos considerar a Internet como un espacio en donde los agentes sociales (los usuarios) realizan acuerdos entre ellos y con el sistema, para construir los significados sobre dicho dispositivo tecnológico.

En este contexto conviene recordar las afirmaciones de Kevin Kelly (1994: 14) cuando dice que "la tecnología se ha convertido en nuestra cultura, la cual es una cultura tecnológica; que ahora está en el centro de nuestras vidas. Tecnología es el fuego que se comporta como un organismo vivo no como una máquina". De este modo, insistimos en ver a Internet como un espacio de convergencia y consenso social. Y en este sentido, la *información* vendría a ser una característica muy importante para dar forma a la Red y que nos permite adentrarnos a los procesos mínimos de interacción que suceden entre los usuarios y el sistema.

La raíz latina de informar es *informare*, la cual se refiere en sentido estricto aquello que ha sido creado o edificado (Mateos, 2009: 39). Si atendemos al origen etimológico de la palabra, veremos que el sentido primario de la noción apela a la construcción y generación de significados. Más que tratar de entender la relación de *lo social* visto como un sistema indeterminado y carente de nom-

<sup>4</sup> Situación que contrasta con el hecho conocido de que Internet tuvo su origen (sobre todo técnico) en investigaciones y desarrollos militares realizados en la década de los 60's por el gobierno de los Estados Unidos de Norteamérica (Siles, 2008).

## Proponemos considerar a Internet como un espacio en donde los agentes sociales (los usuarios) realizan acuerdos entre ellos y con el sistema, para construir los significados sobre dicho dispositivo tecnológico

bres, nos interesan los vínculos y conexiones que ocurren en la sociedad. Entendemos la importancia de la *información* en tanto permite dar sentido al entramado social y a la tecnología.

Para justificar la noción de información que aquí proponemos, es necesario aceptar que ésta 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. 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. De este modo y en este contexto, *información* son aquellos datos que han sido *formados*, organizados o clasificados en un orden específico y que implican la actuación de un agente.

En este trabajo la *información* se define como el sentido que adquieren los datos como resultado de un proceso de significación que no siempre es consciente y deliberado. De modo que la información antes que ser una característica totalitaria de la sociedad, es resultado de un proceso individual que requiere de la interiorización del sujeto para la generación de significados. Proponemos entonces la necesidad de reflexionar ese proceso de generación de significados a partir de los usos y las estrategias particulares que emplean y despliegan los usuarios en la cotidianidad de su consumo informativo<sup>5</sup>.

---

<sup>5</sup> Lo cual no significa que la lógica de la Construcción Social se reduzca a la suma de las individualidades de consumo, sino a la capacidad de los sujetos para integrar sus prácticas individuales a la colectividad a partir de los marcos interpretativos en los que verifican y validan sus acciones.

Como ya se ha anticipado, una base teórica fundamental es la noción de la Construcción Social de la Tecnología que invita a estudiar la tecnología desde su interior pues ahí se presentan dinámicas que están íntimamente ligadas a procesos sociales. Es decir, se invita a examinar el contenido y 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 sólo 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.

Los continuos intentos por comprender la diversificación instrumental del mundo se han visto empañados de 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.

Para 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 nos ayudan a comprender la *búsqueda* de la *información* como un proceso que determina en gran medida la significación final que se tiene con la tecnología-Internet, en tanto la información puede ser considerada intrínseca a Internet y a su construcción.

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 cómo 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, etc. lo que hace que ese artefacto sea usado y funcione de forma diferente a lo largo de los años (Berners-Lee, 2000).

Además, 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, incluso cuando sepamos que esa tecnología comparte la misma historia evolutiva.

Es necesario reflexionar 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

## la información antes que ser una característica totalitaria de la sociedad, es resultado de un proceso individual que requiere de la interiorización del sujeto para la generación de significados

mismo grupo social, incluso 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.

Asumiendo como premisa argumentativa que las tecnologías de la comunicación y la información son resultado de la construcción social, el objetivo general de este trabajo se concentra en reflexionar la participación y agencia de los usuarios respecto de la construcción de significados de Internet, a partir de los usos y estrategias particulares que cada usuario desarrolla y emplea en el uso, consumo y producción de la información.

En este sentido, la pregunta guía iría en el orden de responder ¿cómo se construyen, modelan y establecen los significados sobre Internet y a través de cuáles estrategias se construyen estos significados?

### *Cartografías de la experiencia: los recorridos hipertextuales*

El *Hipertexto* como concepto ha sido erróneamente y muy pocas veces utilizado con precisión, está lejos de ser un concepto novedoso, pero nos permite plantear la existencia de nuevas formas de organización de la información, es decir, el acceso e interacción al contenido en Internet bajo la lógica hipertextual es no lineal y descentralizada, de modo que permite valorar de una forma más directa el actuar de los usuarios.

El Hipertexto es un concepto que sirve (al menos esa es la apuesta) para reflexionar la importancia de la información en Internet, de modo que se haga operable la idea de observar las formas en que un usuario recorre, navega, transita, interactúa y significa los datos dispuestos en Internet. La perspectiva que utilizamos para caracterizar esta noción está más relacionada con las ideas funda-

cionales del concepto propuesto por Vannevar Bush (1945)<sup>6</sup> y más alejadas de las nociones que se limitan a conceptualizar el hipertexto como una posibilidad tecnológica que permite enlazar nodos. Al asumir que la Red funciona bajo los principios hipertextuales, de golpe se abre la posibilidad de analizar particularmente los recorridos o caminos que los usuarios siguen y trazan en su andar por la Red.

Así pues, a partir de la noción de Hipertexto proponemos la idea de los *recorridos* como posibilidades de recuperar y observar de forma particular aquello que realizan los usuarios en la Red. Los recorridos hipertextuales son los movimientos que realizan los usuarios a través del ciberespacio, el transitar de un usuario de un sitio a otro. Más que analizar ese camino per se, lo que creemos interesante, es analizar las formas y estrategias que ayudan a que ese sujeto se desenvuelva en ese espacio con efectividad. La idea de los recorridos es un concepto que ayuda a conectar de forma eficiente principios teóricos sobre la formación de Internet con posibilidades metodológicas para registrar las particularidades de los usuarios.

El hipertexto por una parte nos permite asumir que la información está organizada de forma diferente en comparación a los medios tradicionales, lo cual posibilita y alienta (hipotéticamente) formas novedosas de relacionarnos con la información. Los recorridos serían una representación del movimiento y andar de los usuarios en la red de nodos y sitios, con lo que podemos conectar metodológicamente puentes para analizar particularidades del *hacer* de los usuarios.

Con el paso de los años, el valor semántico de la noción de Hipertexto se ha visto considerablemente reducido por varias circunstancias, entre las que destaca la poca exactitud con la que se utiliza generalmente, sumada a la múltiple significación según el contexto. A pesar de su extendido uso su definición no siempre es demasiado clara, o al menos no es compartida en todos los casos, se habla del hipertexto como una convergencia entre teoría y tecnología, de una estructura mental, de una operación asociativa del proceso de lectura, de una herramienta informática, y de una característica inherente a las nuevas tecnologías digitales,

todos estos enfoques igualmente válidos según la mirada desde la que provengan pero no siempre bien aplicados (Lamarca, 2006).

La idea original del hipertexto fue la de un sistema de organización automático de la información, que tenía un afán enciclopédico en red. El término fue acuñado por Ted Nelson alrededor de 1965, y hacía referencia a un sistema que pudiera integrar en forma de red, información y documentos de varias personas (Pérez, 1993). Estas conceptualizaciones son capaces de resumir y simplificar la noción general del concepto pero no son suficientes para concretizar del todo la importancia de la idea.

Los inicios de la noción se deben a Vannevar Bush quien en 1945 publicó el artículo "*As we may think*". Para Bush el principal problema y lo que lo motivó a la generación de la idea se centraba en la inadecuada forma de almacenar, clasificar, y compartir la información y por ello se afanaba en encontrar un sistema de procesamiento que resultara más efectivo (Pérez, 1993). Bush inventa un sistema imaginario de procesamiento de información llamado *memex*, y lo define como "un futuro artefacto de uso individual, una especie de archivo privado mecanizado y biblioteca", lo llama *memex* haciendo referencia a un *MEMory EXtended system*. Y afirma que "un memex es un artefacto mecanizado en el cual un individuo puede almacenar todos sus libros, archivos y comunicaciones, y que permite ser consultado con gran velocidad y flexibilidad" (Bush, 1945: 3). El *Memex* "ofrece a los usuarios la posibilidad de seguir múltiples trayectorias lo que trae consigo no sólo una nueva forma de *textualidad* (es decir, de conectar o asociar ideas), sino también nuevas formas de lectura y escritura" (Lamarca, 2006: 32).

El hipertexto no es fruto de la visión iluminada de dos o tres hombres brillantes, muchas cosas sucedieron en otros campos del saber que aquí no alcanzamos a contar (no es nuestro objetivo hacer una revisión exhaustiva), no se trata de ninguna manera de hechos aislados y resultado de la casualidad, sino de momentos cumbre en un proceso colectivo lleno de altibajos (Pajares, 2004)<sup>7</sup>.

6 El texto que es considerado como fundacional en la noción del hipertexto es "*As we may think*" escrito por Vannevar Bush y publicado en la revista *The Atlantic*, en Julio de 1945. Consultado el 20-06-10 <http://www.theatlantic.com/magazine/archive/1969/12/as-we-may-think/3881/>

7 Para una revisión total del origen y evolución del concepto revisar los trabajos de George Landow, (1994) y de María Jesús Lamarca, (2006).

En 1990, Jakob Nielsen publicó *Hypertext and Hypermedia*, documento en donde propuso una definición de hipertexto y de hipermedia destacando la importancia de la organización y la lectura no secuencial, como característica esencial para el desarrollo de la nueva tecnología (Nielsen, 1990). George Landow (1994: 19) define el hipertexto como “una tecnología informática que consiste en bloques de texto individuales, las lexías (o nodos), con enlaces electrónicos que los vinculan”, pero a partir de esa generalidad nos permite entender que el hipertexto básicamente apela a nuevas formas de organizar y compartir la información.

Para el desarrollo de esta estrategia se utilizó un software que nos permitió registrar los usos cotidianos de los usuarios, el cual se llama Refog Keylogger<sup>9</sup>, y es un programa que se usa comúnmente para el monitoreo de actividades de empleados en empresas. Este software da cuenta de todas las páginas que visita un usuario, de las palabras que utiliza en sus búsquedas y de los tiempos en que está conectado o permanece en un sitio, entre otras cosas.

### *La experiencia hipertextual*

#### *Posibilidades metodológicas: la observación virtual*

En tanto esta investigación apeló a la descripción precisa y puntal de las estrategias que realizan los usuarios, se diseñó una metodología que nos permitiera registrar durante un periodo de tiempo definido todo lo que hacen los usuarios en la Red. Esta estrategia metodológica tiene su fundamento en los principios de la teoría del hipertexto en lo referente a la posibilidad de registrar el *recorrido* de los usuarios en la Red, para encontrar allí sentido a sus estrategias y los significados que construye. Los registros hipertextuales es una propuesta que conecta lo teórico con lo metodológico de modo que nos permite observar de una forma muy específica lo que hacen los usuarios en la Red y la influencia que pueden tener en la tecnología.

El registro hipertextual es un tipo de observación virtual<sup>8</sup> que se basa en el registro de las actividades que realiza el sujeto en su computadora. Se realizó este tipo de observación principalmente porque la presencia del investigador puede afectar notablemente la conducta del sujeto observado. Y porque con la observación tradicional no nos permitía registrar los patrones y prácticas que suceden en el uso de las herramientas e interfaces disponibles en Internet.

La *experiencia hipertextual* se define como: “una práctica interpretativa amplia que abarca desde la navegación en la World Wide Web hasta los videojuegos, pasando por las interacciones con dispositivos móviles” (Scolari, 2008b). Desde esta mirada, la experiencia como concepto nos permite caracterizar lo que hacen los usuarios en la Web, ya que resulta complicado encasillar todas las acciones de los usuarios, en un solo tipo de actividad, es decir, cuando se *está* en Internet no sólo se navega, también se juega, se busca, se comunica, se recupera, se ve, se lee, se escucha, se escribe, etc. todo puede suceder en un mismo espacio, de modo que se genera un tipo de experiencia caracterizada por la hipertextualidad<sup>10</sup>.

Así pues la experiencia hipertextual da cuenta de un entorno hipermediático en el que el usuario como lector se ve envuelto en diferentes formas de textualidad caracterizadas por la interactividad, las redes, las textualidades fragmentadas, y que ocurre frecuentemente en un ecosistema hipermediático. Con la experiencia hipertextual como eje de las interacciones se construye un tipo de usuario que tiene como principal característica desarrollarse en ambientes, recursos y medios heterogéneos.

Tomamos la idea de la experiencia hipertextual de las propuestas de Carlos Scolari y su teoría de las Hipermediaciones (2008a). Para este autor la experiencia puede ser observada en la lectura de ficciones interac-

<sup>8</sup> Cristine Hine (2000) ha desarrollado un tipo de observación virtual que funciona a partir de los principios etnográficos trasladados a espacios virtuales. Este tipo de observación implica que es posible conocer a fondo prácticas sociales a partir de la inclusión en comunidades o grupos virtuales. En este sentido, la observación virtual apuesta por conocer el día a día de los usuarios a partir del uso de la tecnología y el consumo mediático.

<sup>9</sup> Se utilizó la versión Refog Keylogger Monitor. Es un software de descarga gratuita que sólo puede ser usado durante 30 días naturales, después de los cuales la información se envía a un sitio previamente establecido. Para más información el sitio del software es: <http://www.refog.es/>

<sup>10</sup> Es importante reconocer que hablamos de experiencias y usos con fines descriptivos analíticos, y que reconocemos que los usuarios son diversos en su acceso y circunstancias, lo cual puede incidir en sus experiencias y usos.

## Con la experiencia hipertextual como eje de las interacciones se construye un tipo de usuario que tiene como principal característica desarrollarse en ambientes, recursos y medios heterogéneos

tivas, en la participación de actividades de escritura colaborativa, en la práctica de videojuegos, etc. En nuestro caso, la experiencia hipertextual engloba la complejidad del *estar* en la Red; ya sea la navegación, la participación en foros, la consulta de datos, el uso de buscadores, la pertenencia a una red social, la lectura y recuperación de información, la descarga de información, películas, videos o música, etc. Todo lo que hacemos en la Red de algún modo es parte de la experiencia hipertextual.

La cuestión de la experiencia como un ser-estar se ha propuesto ya en varias ocasiones como un concepto para entender las actividades de los usuarios en la Red, Rosalía Winocur (2009) sugiere que el *experimentar* es decir el vivir, el hacer, el actuar en la Web, se ve marcado por un *continuum* de conexión que pone en entredicho nociones como la de tiempo, espacio, objetivos, finalidades y oposiciones como las de público-privado, y *on line-off line*, ya que el estar conectado en Internet origina que tanto las vivencias como los posibles aprendizajes se potencialicen no sólo a los ámbitos virtuales, sino también en la realidad material.

La noción de la experiencia hipertextual, la comparamos por ejemplo, con la actitud tomada por un sujeto que no tiene *objetivos* finales pero que está lleno de vivencias que le van dando sentido a su ser-estar en el mundo. Desde esta perspectiva, el significado de la experiencia habita en el día a día de los sujetos, tanto en un sentido que se manifiesta de presente; en un nivel de vivencias actuales, y de futuro; en un nivel de adquisición de conocimientos que habrán de ser útiles en el porvenir. Las experiencias hipertextuales serían esas vivencias que se manifiestan en el presente y que pueden tener repercusiones en el futuro. Son las experiencias de los individuos las que dan forma al ecosistema hipermediático, y a su vez éstas moldean a los mismos usuarios en un círculo de experiencias compartidas que va alimentando el ecosistema de medios actual.

En este sentido, las experiencias hipertextuales como dice Scolari (2008b), son la suma de las actividades que se realizan en la Web, en lo que el mismo autor denomina como un "ecosistema hipermedial", marcado principalmente por la convergencia y re-

mediación de otros medios. La fragmentación propia de este ecosistema impulsa una lógica de tránsito, de circulación, de movimiento, que alienta al desplazamiento continuo del usuario a través de la Red. Este transitar resulta ser una condición natural en el espacio virtual que conforma a Internet, que tiene como característica primordial la unión de varios elementos a través de vínculos ya sea textuales, sonoros, visuales o de otro tipo.

En este contexto, mapear los usos ha significado registrar el movimiento virtual de los usuarios a través de la trama hipertextual, ha significado mirar sus actividades, observar su experiencia hipertextual. Michel De Certeau (2007) en el *Andar en la ciudad* sugiere una exaltación del espacio como una entidad llena de significados para aquel que la recorre sin un objetivo predeterminado, nos invita a pensar la ciudad desde el *andar* de los ciudadanos, pues son ellos quienes a fin de cuentas construyen, viven, experimentan todo lo que acontece en ella. Extrapolando la idea nos estimula a pensar Internet desde el andar de los usuarios, desde su transitar y hacer en la Web.

En ese sentido, los *recorridos* que registramos vienen a dar forma a un tipo de experiencia caracterizada por la hipertextualidad, y funcionan para dar orden a las actividades que se realizan en un espacio virtual como Internet. El tránsito al que apela la idea de los recorridos implica necesariamente dos elementos: el sujeto que recorren el espacio, es decir, el transeúnte, y los caminos o lugares por los que éste pasa.

La experiencia hipertextual es una denominación que engloba toda la agencia de los usuarios que se conectan a la Red. La experiencia como resultado de la agencia de las personas, implica un *hacer* de los usuarios o consumidores, el cual está caracterizado por el desarrollo de prácticas significantes que tienen la forma de *huellas* o trayectorias. Las trayectorias implican un movimiento espacial en el que el agente determina su condición a partir de tácticas o estrategias (De Certeau, 2007).

Por *estrategias* Michel De Certeau considera aquellas acciones que poseen un lugar propio, es decir, que "presentan capacidad de anticipación; organizan el espacio y el tiempo cotidianos; establecen leyes, normas y prescripciones; producen discursos y textos, se sedimentan en el tiempo acumulado, son acciones de los productores" (2007: 23). Las *tácticas*, por el contrario, son caracterizadas como unas prácticas producidas por los consumidores; "no poseen lugar propio sino que deben actuar en los escenarios del otro; son prácticas fugaces que aprovechan el tiempo; dependen de la astucia; no anticipan; usan las fallas y fisuras del sistema"

(ídem). Las tácticas, sugiere, no poseen autonomía, se ven opacadas por el accionar de los productores.

Un ejemplo que permite la aplicación de estas categorías es la ciudad. La ciudad puede ser observada desde arriba como un espacio lleno de normas y significados que requiere de estrategias para comprenderla y habitarla. Pero al mismo tiempo hay otra ciudad: la ciudad vivida, un espacio hecho por otros, lugar por donde caminan los sujetos, el cual se va marcando con sus trayectos plurales y heterogéneos, cambiando desde ahí la cartografía urbana, jugando en los intersticios. Estos practicantes operan sobre un espacio que, antes que un orden fijo, implica segmentos de dirección, velocidad y tiempo, es decir, un lugar donde se realizan operaciones hechas por sujetos concretos.

En este sentido, y extrapolando estas nociones al espacio rizomático de la Red, las estrategias no sólo pueden ser consideradas como resultado del *hacer* de los productores sino también de los consumidores, puesto que estas divisiones entre productor y consumidor parecen perder toda validez en la Red.

La conceptualización de las estrategias es válida tanto para aquellas acciones que se realicen en función de los productores o los consumidores. Las estrategias son más que las tácticas en el sentido en que las primeras son necesarias para habitar espacios, son resultado de la acción de los agentes y permiten a estos crear significados y contenidos.

De Certeau (2007: 42) afirma que: “la estrategia postula un lugar susceptible de ser circunscrito como propio”, es decir, aquí, el productor o creador es consciente de la administración *estratégica* de su espacio y de su contexto, de modo que puede ejercer el poder, y ejecutar de algún modo su voluntad. Esta caracterización de la estrategia implica tres aspectos: 1.- lo propio, como una victoria del lugar sobre el tiempo, que permite capitalizar las ventajas y capacidades adquiridas, 2.- la práctica panóptica, a partir de un lugar desde dónde el *hacer* individual transforma las fuerzas ajenas, 3.- y el poder del conocimiento, como una capacidad para transformar las incertidumbres.

En este sentido, las estrategias son acciones que se configuran por el principio del *lugar de poder*, desde donde se es capaz de articular significados y consumir contenidos.

La posibilidad de entender la Red como un texto que es leído y significado, permite ejemplificar los niveles de participación de los usuarios en la construcción de los significados de Internet. En este sentido, el binomio producción-consumo, puede sustituirse por un equivalente general: la escritura-lectura. Esta extrapolación tiene como lógica el hecho de que la actividad lectora presenta todos los rasgos de una producción silenciosa o imperceptible (Vanderdorpe, 2003).

Así pues, la actividad de significación que implica la lectura es todo menos pasiva. Los usuarios-lectores desarrollan y emplean estrategias que permiten significar, otorgar sentido a lo que hacen, leen o escriben. De ese modo es que resulta posible conocer en detalle lo que realizan los usuarios a partir de sus modos de *lectura*, puesto que este proceso implica tanto producción como consumo. El proceso de lectura que acontece en la Red, se evidencia en las trayectorias, por los recorridos que hacen los usuarios. La trama hipertextual vendría a conformar los textos por los que el lector-usuario transita y va significando.

De Certeau (2007: 109) lo enuncia de la siguiente manera: “El acto de caminar, es al sistema urbano lo que la enunciación es a la lengua”, el andar como acto enunciativo es una clara forma de afirmar que mientras se recorre se crea, se produce. El usuario que produce y consume en la Red, actualiza caminos, desplaza e inventa otros, imagina atajos, desviaciones, improvisa su transitar, cambia de alguna forma el espacio en el que se desplaza y en el que se desarrolla virtualmente. Esa es la construcción de la Red. Ahí se ubican las estrategias, en ese punto es dónde la dimensión situacional se materializa.

#### *Las estrategias en la construcción de la Red*

El argumento central de este trabajo es que son los individuos y la sociedad en general quienes primordialmente construyen los significados sobre las tecnologías. La construcción social implica que existen momentos y niveles de participación y grados de influencia por parte de los usuarios y por parte de los sistemas tecnológicos y de medios. La construcción no ocurre en un proceso automático ni sola-

mente a partir de la participación de los agentes, es en todo caso un proceso dialéctico.

La perspectiva de la construcción social (de los significados) de la tecnología tiene sus bases epistemológicas en la perspectiva de la evolución de la tecnología, puesto que de facto, se asume que la tecnología actual es resultado de desarrollos y avances previos, además de la participación de la gente y los grupos relevantes. Los avances y desarrollos que vive el ecosistema de medios actual son resultado de las prácticas individuales y sociales que se generan al interior de la tecnología.

En ese sentido encontramos una serie de estrategias que desarrollan y ejecutan los usuarios para desenvolverse en la Red y mediar sus contenidos de la mejor manera. Las hemos distinguido y determinado según la función que cumplen a partir de su relación con la información. Estas estrategias no son exclusivas y exhaustivas, buscan dar cuenta de las formas de uso que los usuarios desarrollan y ejecutan. Desde luego se pueden interrelacionar e influenciar mutuamente. Las presentamos a continuación.

*Estrategias de organización:* Aquellas encaminadas a organizar la información que se consume con mayor regularidad entre los usuarios. Encontramos ejemplos como el uso de: iGoogle, marcadores, favoritos, accesos directos en navegadores y escritorio. Estas estrategias buscan dar orden (casi siempre inicial) a los recorridos de los usuarios.

*Estrategias de búsqueda:* Son aquellas encaminadas a eficientar las búsquedas que realizan los usuarios, tienen como fundamento la obtención de mejores resultados al interactuar con la Red. Se caracterizan por la ejecución de exploraciones especializadas, la utilización de prefijos, sufijos, contracciones, búsquedas directas (las que son hechas en los sitios), por tipos de archivo, por fechas, las que son orientativas (es decir las que van orientando al usuario sobre lo que quiere) y las directas. En general son aquellas formas que se han desarrollado para mejorar la obtención de resultados en la exploración de la información.

*Estrategias de apropiación y recuperación:* Son aquellas estrategias que tienen la función de permitirle a los usuarios hacer propia la información en el sentido más estricto. Tenemos el cortar-pegar, el guardar información, el suscribirse a notificaciones y avisos RSS, el guardado externo (guardar información en la Red, como sitios dedicados o correos).

También en esta categoría entran las estrategias que se realizan para apropiarse de los espacios, como puede ser el desarrollarse en ambientes multimedia. Y en general casi todos los tipos de descarga.

*Estrategias de identidad y pertenencia a grupos de pares:* Son aquellas estrategias que fortalecen los rasgos identitarios de los usuarios a partir del consumo de información con la que se relacionan e interactúan con otros. Los sitios a los que entran y la información que consumen refuerza los rasgos y perspectivas de género. También se ubican el consumo de información a través de sitios de socialización en los que se participa para tener pertenencia a grupos.

*Estrategias por fuera de la Red:* Son aquellas que se ejecutan sin la necesidad de utilizar los navegadores o sistemas preestablecidos con los que funciona Internet. Tenemos por ejemplo la utilización de programas de descarga de música que funcionan bajo la lógica p2p (*peer to peer*). Programas como Emule, Limewire y Ares. También se incluyen aquí la utilización de sistemas y software que no requieren para su funcionamiento una conexión directa a la Red, pero que pueden ser aplicados a Internet.

*Estrategias de seguridad y protección:* Son las que se producen para proteger los sistemas y software propios. Son aquellas que tienen como efecto brindar seguridad a la computadora de posibles amenazas. Encontramos tres tipos: la que se basan en la experiencia previa, las que se basan en el conocimiento y experiencias colectivas sobre qué es lo peligroso y además la ejecución de software de detección de amenazas.

*Estrategias de posproducción:* Aquellas que se realizan bajo una lógica de remezcla, es decir, crear algo nuevo con elementos que han sido previamente configurados. Es también una forma de apropiación y de control, pero esta va más allá, porque funciona para producir contenidos propios y nuevos.

*Estrategias colaborativas:* Son las que funcionan bajo el principio de la inteligencia colectiva en el que se obtiene conocimiento a partir de la participación de muchos usuarios. Ejemplos de esto, sería el sistema Yahoo respuestas o la misma Wikipedia etc.

*Estrategias de ubicación:* Son aquellas que permiten a los usuarios ubicarse en el espacio rizomático que conforma la Red. Son difíciles de evidenciar porque no existe un sistema o interfaz que haya sido pensado para esto, pero el uso de Google como reubicación del espacio podría funcionar, Facebook también sería un

ejemplo debido a su calidad de espacio conciliador de contenidos y creador de muchos vínculos.

*Estrategias de validación y jerarquización:* Son aquellas estrategias que se desarrollan y ejecutan para establecer criterios que hagan aceptable y admisible determinada información para su consumo y apropiación. Estas estrategias implican la aceptación, la discriminación y el rechazo de información o sitios. Se refiere también a las estrategias que se despliegan para establecer un orden de importancia de entre las opciones que se pueden elegir. Implican establecimiento de jerarquías a partir de las intuiciones, experiencias previas, conocimientos, usos finales, y la presencia del azar. Por otro lado, existe una perspectiva que hace pensar que la jerarquización de la información por parte de los usuarios es mínima puesto que el sistema cada vez es más efectivo al respecto, lo cual le da más injerencia y le resta libre albedrío al usuario.

*Estrategias para la remediación y convergencia de contenidos:* Son estrategias que buscan mediar efectivamente la convergencia de medios, haciendo una simbiosis entre los significados preestablecidos y los construidos. Son estrategias que tienen la intención de hacer imperceptible la diferencia de los formatos en que se presentan los contenidos y en los que han sido creados. Son todas formas de mediar el consumo de medios tradicionales en la Red.

Las estrategias desarrolladas por los usuarios pueden ayudar a entender los niveles reales de participación e influencia que pueden tener los usuarios en la construcción de la Red. La determinación de estas estrategias implica además que se desarrolle un ecosistema de medios basado en las hipermediaciones.

#### *Reflexiones finales: la convergencia de medios*

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 cons-

tante co-evolución con otras tecnologías y con los mismos medios de comunicación masiva. En la Red 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 co-evolución. 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 la define como: "Un concepto que no sólo 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" (Scolari, 2008a: 69). La hipermedialidad en Internet no sólo 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).

Las convergencias y remediaciones de medios no pasan solamente por los contenidos y medios sino también por los formatos, en este sentido Scolari (2009) ha acuñado el término narrativas transmidiáticas que se refiere fundamentalmente a un tipo de narrativa que trasciende las formas comunes, lineales y centralizadas. En este sentido, creemos que la convergencia de tecnologías (en una sola) es algo más que una simple amalgama de medios en una única pantalla o dispositivo. La remediación que acontece en el consumo de medios cambia los lenguajes, éstos interactúan entre sí y crean espacios híbridos que pueden dar nuevas formas de comunicación.

Las relaciones que se establecen con la información como elemento central de la comunicación contemporánea, todo parece indicar, rompen con paradigmas y formas de entender la realidad. Los significados que construimos sobre la realidad, están imbuidos de mediaciones tecnológicas y comunicativas que determinan nuestra condición como sociedad y como individuos pertenecientes a ésta.

## Referencias

- Basalla, G. (1991). *La evolución de la tecnología*. México: Editorial Grijalbo.
- Berners-Lee, T. (2000). *Tejiendo La Red -El Inventor de la World Wide Web nos descubre su origen*. España: Siglo Veintiuno Editores.
- Bijker, W. y Pinch, T. (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, M. (2006). *La era de la información, economía sociedad y cultura, la sociedad red*. México: Siglo Veintiuno Editores.
- De Certeau, M. (1996). *La invención de lo cotidiano, Los Artes del Hacer*. México: Universidad Iberoamericana.
- Eco, U. (2005). *La estructura ausente: introducción a la semiótica*. México: Debolsillo.
- Flichy, P. (1993). *Una historia de la comunicación moderna*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Gómez Mont, C. (2002). "Los usos sociales de las tecnologías de información y comunicación. fundamentos teóricos". México: *Versión, Estudios de Comunicación y Política*, No. 12.
- Hine, C. (2000). *Etnografía virtual*. Barcelona: Editorial UOC. (Colección nuevas tecnologías y sociedad).
- Landow, G. (1997). *Hipertexto; la convergencia de la teoría crítica contemporánea y la tecnológica*. Barcelona: Paidós.
- \_\_\_\_\_ (1994). *Teoría del Hipertexto*. Barcelona: Paidós.
- Lara P. y Martínez J. Á. (2006). *La organización del conocimiento en Internet*. Barcelona: Editorial de la Universidad de Oberta de Cataluña.
- Latour, B. (1996). *Reensamblar lo social, una teoría del actor-red*. Buenos Aires: Ediciones Manantial.
- Mateos Muñoz, A. (2009). *Gramática Latina; Antología y Vocabulario*. México: Esfinge.
- Pinch, T. (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.
- Piscitelli, A. (2005). *Internet la imprenta del siglo XXI*. Barcelona: Gedisa.
- Scolari, C. (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". En *Diálogos de la comunicación*, N° 77, Julio-Diciembre.
- \_\_\_\_\_ (2009): "Alrededor de la(s) convergencia(s): Conversaciones teóricas, divergencias conceptuales y transformaciones en el ecosistema de medios". En *Signo y Pensamiento*, No. 54, XXVIII, Enero-Junio 2009.
- Siles González, I. (2008). "A la conquista del mundo en línea: internet como objeto de estudio (1990-2007)". En *Revista Comunicación y Sociedad*, Nueva época, Num. 10, julio-diciembre; pp. 55-79. Universidad de Guadalajara.
- Vanderdorpe, C. (2003). *Del papiro al Hipertexto, Ensayo sobre las mutaciones del texto y la lectura*. Buenos Aires: CFE.
- Winocur, R. (2009). *Robinson Crusoe ya tiene celular, La conexión como espacio de control de la incertidumbre*. México: Universidad Autónoma Metropolitana-Siglo Veintiuno Editores.
- Wolton, D. (2003). *La otra mundialización, los desafíos de la cohabitación global*. México: Gedisa.

## Fuentes electrónicas

- Bush, V. (1945). "As we may think". En *The Atlantic Monthly*, consultado en: <http://www.theatlantic.com/doc/194507/bush>.
- Kelly, K. (1994). *Out of control, The new biology of machines, social systems and the economic world*. En: <http://www.kk.org/thetechnium/index.php>
- Lamarca Lapuente, M. J. (2006). *Información y conocimiento: el hipertexto y la cultura de la imagen, Observatorio para la cibersociedad. Comunicación y Cultura*. En: <http://www.cibersociedad.net/congres2006/gts/comunicacio.php?id=478&lleng>
- Nielsen, J. (1990). *Hypertext and Hypermedia*. En: <http://www.net-media.co.uk/conference/session.asp?ref=7>
- Pérez Marco, S. (1993). *El concepto de hipertexto en el periodismo digital: análisis de la aplicación del hipertexto en la estructuración de las noticias en tres periódicos españoles*. Tesis: Universidad Complutense de Madrid. En CCDOC. <http://ccdoc.iteso.mx/bsimple.aspx>
- Searls, D. y Weinberger, D. (2010). *What the Internet Is and How to Stop Mistaking It for Something Else. World of Ends*. En: <http://www.worldofends.com/>

### ¿Cómo citar?

CORONA RODRÍGUEZ, J. M. (2012, septiembre). La construcción social de internet: estrategias de uso y significación de la información, en *Paakat: Revista de Tecnología y Sociedad*. Año 2, Número 3, septiembre-enero 2012-213.