

REDES SOCIALES Y NOTICIAS EN LA WEB. DISCURSOS EN EL AULA DE LENGUAJE

Teresa Ayala Pérez

Departamento de Castellano

Universidad Metropolitana de Ciencias de la Educación

Resumen

La compleja articulación de diferentes tipos de textos constituye lo que Martín Barbero (2000) llama el *ecosistema comunicativo*, que incluye a los libros, cómics, videos y, sobre todo, los hipertextos, cuya lectura es parte de la actividad cotidiana de millones de personas en el mundo que se comunican entre sí a través del correo electrónico, *Facebook*, *Twitter*, *Skype*, foros y blogs. Desde esta perspectiva, la enseñanza del lenguaje –atendiendo a su tarea relativa a la comprensión y producción de discursos- tiene una magnífica fuente de materiales para la aplicación de actividades pedagógicas tanto en la lengua materna como la lengua extranjera. En el presente trabajo se intenta reflexionar sobre el hipertexto, las comunidades virtuales en la *web* y su aplicabilidad pedagógica.

Palabras clave: *hipertexto, discurso, comunidades sociales.*

Introducción

El desarrollo de las tecnologías de la comunicación y su rápida incorporación en la vida cotidiana de los individuos han definido un nuevo entorno simbólico y cultural. Desde las primeras décadas del siglo XX se discute acerca del negativo impacto que los medios de comunicación de masas ejercen sobre el individuo respecto de la pérdida de la capacidad crítica y de la imposibilidad de dar opiniones en una sociedad dominada por un grupo que ostenta el poder. Sin embargo, en ningún otro período de la historia tantas personas habían tenido el acceso que hoy poseen para saber lo que pasa en el mundo, dar a conocer sus propias opiniones en forma masiva y, además, crear comunidades o grupos en forma tan rápida y con tan poco esfuerzo. Blogs, foros, fotolog, *Facebook* o *Twitter* prueban el éxito y la importancia de estas tecnologías para millones de usuarios en el mundo como medios de comunicación e incluso estilos de vida. Desde esta perspectiva resulta pertinente reflexionar respecto de la forma en que la humanidad se comunica a través de las redes digitales y la forma como se transmite la información con objeto de que los profesores de lenguaje sustenten propuestas pedagógicas acordes con el ecosistema comunicativo actual requiere.

1. Discursos e hipertextos

El actual paradigma educacional se orienta hacia el análisis de discursos, especialmente porque se constituye en un excelente medio para el estudio de la sociedad, pues refleja el uso de la lengua en determinados contextos. Según Tusón y

Calsamiglia (1999: 15), "El discurso es parte de la vida social y a la vez un instrumento que crea la vida social". Los mensajes que circulan en las redes sociales-informativas de la web son discursos por cuanto son textos que funcionan en contextos sociales específicos. Reflejan lo que Van Dijk (2000) considera propio del discurso: constituyen una *acción* que se realiza en un *contexto* social, cuyos participantes son miembros de diferentes grupos sociales que reflejan las relaciones de *poder* y las *ideologías*.

Abordar el tema del discurso, por ende, significa ingresar al mundo de las relaciones sociales, de las identidades y cómo se expresan los diferentes grupos socioculturales en un tiempo y lugar determinados. En el caso de los discursos que circulan por la red, constituyen un excelente material para trabajar en el aula de lenguaje, tanto de lengua materna como extranjera, no sólo por su estructura textual, gramatical, sus usos léxico-semánticos u ortográficos, sino también como muestra del proceso de la comunicación. En consecuencia, los textos que los profesores de lenguaje debemos considerar ya no son sólo los impresos pero, tal como lo afirma Jesús Martín Barbero,

El libro seguirá siendo clave en la medida en que la *primera alfabetización* –la que abre al mundo de la escritura fonética, en lugar de encerrarse sobre la cultura letrada- ponga las bases para la *segunda alfabetización*, aquélla que nos abre a las múltiples escrituras que hoy conforman el mundo del audiovisual y del texto electrónico (Martín Barbero, 2002: 52).

El mismo autor afirma que ello “no significa, no puede ni debe significar la sustitución de un modo de leer por otro”, sino que una compleja articulación de los diferentes tipos de textos:

En los inicios del siglo XXI aprender a leer los textos audiovisuales y los hipertextos es condición indispensable de la vigencia y el futuro de los libros [...] y parte de un derecho ciudadano fundamental, el derecho a participar crítica y creativamente en la comunicación ciudadana (Martín Barbero, 2002: 58).

No obstante lo anterior, aunque los profesores estemos conscientes de esta necesidad, hay un punto que resulta sensible: cómo elegir los textos electrónicos en un catálogo inconmensurable de discursos públicos y privados, formales e informales, valóricos y reñidos con la moral, originales y apócrifos, por mencionar sólo algunos dilemas que plantea el tema. Además, la propia clasificación resulta difícil de manejar, pues va desde las páginas *web* hasta los *microbloggins*. Lo que sí queda claro es que el primer aspecto que debemos considerar es que si bien son textos, corresponden a una

diferente forma de discurso, la del hipertexto y, por ende, no lineal, multimodal e interactivo según el estilo de la *web 2.0*, por lo cual las actividades pedagógicas deben ser distintas pues su lectura implica otros procesos cognitivos que quizá los profesores no hemos considerado. Al respecto, Marc Prensky publica en 2001 el artículo “Digital Natives, Digital Immigrants” y allí su autor afirma que “nuestros estudiantes han cambiado radicalmente. Los estudiantes de hoy ya no son las personas para los que nuestro sistema educacional fue diseñado para enseñar” (Prensky, 2001: 1). Estos estudiantes representan la primera generación que creció con las nuevas tecnologías y han pasado su vida entera entre computadores, videojuegos, reproductores digitales de música, video cámaras, teléfonos celulares y toda clase de juguetes y herramientas de la Era Digital.

La existencia del texto electrónico se debe a varios hechos que permiten su desarrollo, desde los aportes de Alan Mathison Turing (1912-1954), precursor de la inteligencia artificial, hasta tecnologías como el microprocesador o el circuito integrado. En la década de 1970 se fundan *Apple Computers* y *Microsoft* que contribuirán a masificar los computadores personales al tiempo que se crea la red informática que se conocería como Internet, cuyo servicio que se consolida como el más importante es el protocolo de transferencia de hipertexto (*http 'hypertext transfer protocol'*), tecnología que crea vínculos en cadenas, entrelazando documentos relacionados entre sí por su tema, y que forma la base de la colección de información denominada *World Wide Web*, creada por el inglés Tim Berners-Lee (1990) y el belga Robert Cailliau, sobre la base de la idea llamada ENQUIRE (*Enquire Within Upon Everything*).

El término *hipertexto*, en todo caso, es anterior a la creación de la *web*, pues fue acuñado por el sociólogo Theodor Holm Nelson en 1965 cuando tuvo la idea de diseñar un sistema para manejar textos que permitiera a los escritores revisar, comparar y corregir su trabajo con facilidad. En su libro *Literary Machines* (1967) habla de la “lectura no secuencial” como rasgo principal, que permite distintas rutas de acceso y amplía las posibilidades de lectura. Pero fue el advenimiento de la tecnología de Internet la que permitió que este concepto no sólo reapareciera, sino que se convirtiera en el eje de la colección de textos que conforma la *World Wide Web*. La comunicación escrita pasó de limitarse un texto impreso a otro digital, que incluyó desde el correo electrónico hasta los periódicos en línea y cambiando definitivamente la forma en que nos

comunicamos. Pero el concepto de *hipertextualidad* ya se aplicaba en el texto impreso a través de las referencias, las notas a pie de página, las tablas, etc., por lo cual si bien es cierto el término establecido por Nelson se refiere a un formato electrónico, partió de un concepto más antiguo y no tecnológico, según afirman algunos especialistas, mientras que para Lévy (1996), representa una escritura totalmente diferente de la que había sido establecida con el manuscrito.

Los rasgos más evidentes del hipertexto son su *falta de linealidad*, que permite a los usuarios recorrer el documento de diferentes maneras, evitando lo que no interesa y saltando a aquello que se necesita; es eminentemente *interactivo*, pues permite a cada usuario seleccionar los temas de su interés, sobre todo en la *web 2.0*; además, el autor puede ofrecer mucha información relacionada en torno a las ideas principales; el usuario puede leer, co-escribir y comprender la información de forma más eficiente y posibilitar seleccionar los temas de interés. En cuanto a lo negativo, si no está bien estructurado o el usuario no tiene la destreza para su lectura, se puede desorientar fácilmente. Para Landow (1995, 2008), en los sistemas de hipertexto, los nexos dentro y fuera de un texto –las conexiones intra y extratextuales entre elementos del texto (que incluye las imágenes)- se vuelven equivalentes, acercando así los textos entre ellos y difuminando sus límites. Además, agrega, el hipertexto incluye los multimedios, ya que con la misma facilidad puede conectar entre sí tanto pasajes de texto verbal como información no verbal, como asimismo los símbolos alfanuméricos e imágenes. El hipertexto aporta elementos visuales que no existen en una obra impresa, por ejemplo, el cursor, una flecha o elemento gráfico parpadeante, que representa la presencia del lector-escritor en el texto (Landow, 1995: 62).

El hipertexto es multimodal (tomando el concepto de Kress y van Leeuwen 1996, 1998, 2001), pues está configurado por elementos verbales y no verbales conectados entre sí, que ofrecen distintas opciones al lector y que permite una lectura no lineal o bien multilineal, aunque esta falta de linealidad no es aleatoria ni tampoco implica desorden o falta de coherencia y cohesión. Su naturaleza radica en el carácter descentralizado e implica que el lector debe realizar diferentes elecciones, en tanto que la organización de las páginas no sigue un orden fijo y el enlace o *hiperlinks* con un número prácticamente ilimitado de otras páginas sin que ninguna de ellas sea la primera o la última. La metáfora de *navegación*, tan usualmente utilizado para referirse a esta

actividad en Internet, refleja este recorrido a través de un océano de páginas que nos puede conducir a diferentes latitudes, pero –como se dijo- aunque el concepto de hipertexto es nuevo, su aplicación es anterior a la Era Digital. En este punto, los profesores de lenguaje debemos considerar que, a diferencia de los textos impresos, los textos digitales incluyen imágenes, sonidos, animaciones o hipervínculos y, en este caso, se trata de hipertextos que no pueden ser abordados desde la misma perspectiva que un texto tradicional, especialmente porque la lectura interactiva y no lineal implica, además, procesos cognitivos diferentes que el sistema educacional debe tener en consideración.

Para los estudios discursivos, el *hipertexto* es un tipo de *intertexto*. La *intertextualidad* supone la presencia de un texto dentro de otro texto, la *metatextualidad* refiere a la relación de comentario de un texto en otro; la *hipertextualidad* es la operación por medio de la cual un texto (denominado *hipotexto*) se incorpora a un texto anterior (denominado *hipertexto*) sin que sea un comentario (Maingueneau, 1999). Además, el concepto de *hipertextualidad* se relaciona con el de *intertextualidad* en la medida que cada texto alude o se refiere a otros textos. Así, Julia Kristeva (1981) afirma que presuntamente fue acuñado por Bajtín, y alude al hecho de que cualquier texto es un eslabón de una cadena de textos: es parte de un gran texto que fija normas, conductas y valores en una sociedad:

"[...] la palabra (el texto) es un cruce de palabras (de textos) en que se lee al menos otra palabra (texto) [...]: todo texto se construye como mosaico de citas, todo texto es absorción y transformación de otro texto. En lugar de la noción de *intersubjetividad* se instala la de *intertextualidad* [...]" (Kristeva, 1981: 190).

Para el semiólogo Yuri Lotman (2000: 178), “La cultura en general puede ser presentada como un conjunto de textos” y, en este océano de textos interconectados entre sí, hay algunos que se destacan: las redes sociales e informativas. Gran parte de los discursos que circulan en Internet corresponden a las opiniones e informaciones de foros, correo electrónico, *blogs*, *fotolog*, *Facebook* o *Twitter*, lo cual marca la tendencia al uso de la red como medio social. Estos cambios han definido un nuevo entorno simbólico y cultural, tal vez porque en ningún otro período de la historia las personas habían tenido tanto acceso a la información, a dar a conocer sus propias opiniones en forma masiva y, además, a la creación de comunidades en forma tan rápida y con tan poco esfuerzo.

3. “Quiero comunicarme”

Pareciera ser ésa la frase que resume el deseo de millones de usuarios de las distintas aplicaciones que diferencian a la *web* tradicional de la llamada *web 2.0*, esto es, la que permite mayor interacción a los usuarios no porque haya cambiado su tecnología, sino porque los usos se han modificado gracias a la participación de las personas a través de páginas dinámicas, actualizadas por los usuarios, con enfoque en los contenidos y el uso de aplicaciones específicas. Cada vez más personas recorren la red en busca de espacios virtuales que también actúan como espacios de expresión, pues en ellos pueden manifestar sus opiniones respecto de diversos temas y, desde esa perspectiva, resulta ser una vertiente importante que podría aplicarse en el aula, especialmente por la relevancia que cobra en la vida cotidiana de los estudiantes de todo el mundo, no importando su sexo o entorno social, cultural y geográfico. Los jóvenes dedican gran parte de su tiempo a interactuar con otras personas a través de las redes sociales *Facebook*, *Twitter*, servicios de mensajes de texto (*SMS*) o *Messenger*, por lo que la escuela no puede desconocer esta realidad y puede, por el contrario, desarrollar propuestas pedagógicas acordes con este entorno comunicativo.

Actualmente la llamada *blogósfera* es uno de los espacios virtuales más utilizados en la red, pues permite –mediante una tecnología básica y escasos conocimientos informáticos- crear los espacios virtuales personales que son utilizados con diversos fines, desde los didácticos hasta los de creatividad o información sobre un tema o personaje, junto con permitir la interacción a través del *post* o mensajes que envían los lectores. Las redes sociales, de las cuales se desprende una comunidad virtual, es un grupo de personas que comprende los siguientes aspectos: deseo de interactuar para satisfacer sus necesidades o llevar a cabo roles específicos; compartir un propósito determinado que constituye la razón de ser de la comunidad e interacción mediante herramientas tecnológicas que facilitan la cohesión entre los miembros, sin importar su ubicación física (Bustamante, 2008: 11). En los foros, por ejemplo, las personas comparten intereses comunes y suelen ser un excelente medio a través del cual se comparten datos, se ayuda a solucionar problemas y se discute sobre temas específicos. *Fotolog* fue desplazado el último tiempo por *Facebook*, un sitio web gratuito de redes sociales creado por Mark Zuckerberg para ser utilizado por los estudiantes de Harvard y que luego se extendió por todo el mundo. Su éxito es

indesmentible gracias a que permite la interacción con amigos, intercambiar fotos o mensajes, participar en grupos y en juegos.

Sin embargo, el último *boom* de la *web 2.0* es, sin duda, *Twitter*, servicio gratuito de *microblogging* que funciona como red social y cuyos usuarios envían mensajes de textos denominados *tweets* de no más de 140 caracteres a través del propio sitio web, *SMS (Short Message Service)*, teléfonos celulares o incluso a través de *Facebook* y otras plataformas como *Tweetie*, *Twinkle*, etc., destacando el valor semántico de la voz inglesa *Twister* ‘gorjear’ o ‘parlotear’. Esta compañía fue creada por Jack Dorsey, Biz Stone y Evan Williams en 2006, pero la tecnología fue propuesta por Dorsey dentro de la empresa donde trabajaba. En una entrevista que concedió al diario *El País* de España el 14 de agosto de 2009, Dorsey cuenta que *Twitter* nace en marzo de 2006 como una herramienta de comunicación interna y afirma que “*la gente se suelta más, cuenta más cosas de su vida a través de Twitter que cuando están sentados en su mesa de trabajo. También es una manera de estar más unidos, de compartir cosas*”. Respecto del uso máximo de 140 caracteres, responde: “*Por una cuestión práctica e histórica. Los primeros SMS eran de 140 caracteres aunque hoy sean de 160. Como queríamos que Twitter estuviese disponible para cualquier teléfono móvil, decidimos reservar 20 caracteres para el nombre del usuario y los 140 restantes para que pudieran escribir su mensaje*”. La aplicabilidad del concepto de *Twitter* es innegable y, de hecho, son muchos los profesores que ya están realizando actividades con el uso de los 140 caracteres que permite, entre otras cosas, desarrollar la capacidad de síntesis, discriminar entre ideas centrales y secundarias, elegir el léxico preciso para adecuarse a dicho límite, etc. También en agosto de 2009 se informó en los medios que *Facebook* compró un sitio (*Friend Feed*) que reúne las mayores redes sociales para competir con *Twitter* y desde el cual se puede acceder a *Google*, *Facebook*, *YouTube*, *Twitter*, *Hotmail*, *Yahoo! Mail*, *Fotolog*, *Amazon*, entre otros. Lo anterior prueba el éxito y la importancia de estas tecnologías para millones de usuarios en el mundo. Se trata de un magnífico negocio, pero también es una forma de comunicación y un estilo de vida.

4. Noticias en la red

Las comunidades virtuales funcionan con múltiples propósitos, pero especialmente por el deseo de pertenencia a algún grupo, pero –según los especialistas–

se basan en dos conceptos fundamentales: primero, que una comunidad real o virtual nace de un interés común y de un deseo de relación entre sus miembros y, en segundo lugar, que hay un interés común y un deseo de comunicarse o compartir, sin embargo, para ello es necesario disponer de una infraestructura que facilite dicha comunicación (Bustamente, 2008: 32). Estas redes sociales constituyen un sistema de información diferente a la de los medios tradicionales, pues basta que alguien publique una información en un blog, página o perfil para que –de forma viral- se transmita a través de estas redes virtuales. Desde allí suelen ser recibidos por los periodistas quienes, en las versiones digitales o páginas *web* de los medios, recogen la información y la incluyen rápidamente en la pauta. Horas después, los diarios, canales de televisión y radioemisores dan a conocer dicho mensaje en forma de noticia. Algunos afirman que los atentados del llamado *11S* en Nueva York marcaron la tónica: en toda América el ataque a las Torres Gemelas ocurrió en horario laboral, por lo cual las personas se enteraron del hecho no a través de la televisión, sino a través de Internet y comenzaron a enviar mensajes electrónicos y a seguir los sucesos a través de sitios como CNN.

Pero quizá el caso más emblemático de este nuevo periodismo ocurre en 2009 cuando la red sufre una prueba de fuego con el deceso de Michael Jackson. El 26 de junio, en la propia red se informaba que la muerte de Jackson saturaba Internet y que medios como *ABC*, *CBS* o *CNN* (que registró un incremento del 500% con respecto a su tráfico habitual con 20 millones de páginas vistas en una sola hora y caída del sistema) se vieron rebasados ante los millones de usuarios de la red que buscaban en sus sitios los últimos datos sobre el cantante. Incluso Google se vio colapsado y comenzó a mandar un mensaje de error. De acuerdo a *Google Trends*, 50 de las 100 palabras más buscadas en la red tenían que ver con el fallecido “Rey del Pop”. Prácticamente todos los sitios sufrieron caídas o importantes congestiones como ocurrió con *AOL* (40 minutos fuera de servicio), y otros muchos con caídas puntuales como *TMZ* y *Los Angeles Times*. El momento de mayor actividad se produjo entre las 14:40 y las 15:15 horas (hora de la costa oeste americana), llegándose a momentos donde 9 de cada 10 usuarios no pudieron cargar las páginas de los webs más visitados. Wikipedia actualizó de inmediato su biografía con la fecha de su muerte y un epígrafe especial. *YouTube* fue visitado una y otra vez por quienes querían reproducir los videos del cantante; *Facebook* permitió que los fans se organizaran para honrar la memoria de Jackson, pero –según los especialistas- la estrella de la jornada fue *Twitter*: el tráfico de este sistema de

microblogging fue tan alto que tuvo que desactivar algunas de sus funciones para responder al reto. De acuerdo con la información entregada, cerca del 30% de los *posts* contenían la frase “Michael Jackson” o algo relativo al cantante y se señaló que de pronto vieron duplicado el número de *tweers* por segundo. Por otra parte, el día en que se efectuó el servicio fúnebre del artista, se verificaron 159.000.000 de entradas en Google para la web; 272.617 entradas en noticias y 92.843.752 entradas en el *Blogsearch*.

Los blogs, foros, *Twitter* y *Facebook*, entonces, no sólo cumplen con la función de ser un vínculo de comunicación entre los usuarios, sino también actúan como las actuales fuentes de información que el periodismo tradicional utiliza para elaborar sus pautas. Una noticia recorre rápidamente la red a través de estas nuevas rutas de comunicación que tienen la ventaja de ser actualizadas constantemente y, por ende, contener información reciente gracias a que los usuarios no sólo actúan como receptores pasivos, sino como participantes activos en esta vorágine informativa, principal diferencia respecto de los medios tradicionales. El problema puede constituirse en que con una tecnología simple, una persona premunida sólo de un teléfono celular puede captar a un personaje mediático en su vida cotidiana y subir la información para compartirla con cientos, miles o millones de usuarios que recorren la red, creando muchas veces rumores o directamente afectando el prestigio u honra de estas celebridades. Desde esta perspectiva, este tema permite desarrollar actividades en el aula respecto de los objetivos transversales tales como el respeto, la honra, etc. En este sentido, resulta interesante recordar algunas ideas de Marshall McLuhan, el llamado “profeta de los medios”, quien falleció en 1980 y, por ende, no llegó a conocer Internet, pero en una entrevista concedida en 1979, el canadiense afirma

Ahora todos vivimos en este mundo irracional, instantáneo, inmediato. Yo llamé a esto antes la aldea global, pero la gente pensó que esto era un ideal, que yo estaba imaginando una situación ideal. En realidad, una aldea no es una cosa ideal, porque la gente sabe demasiado acerca de los demás. No hay privacidad, no hay identidad. En la aldea global eléctrica la gente sabe demasiado, y ya no hay lugar donde esconderse (Jofré, 2000: 158).

En el nuevo periodismo no se necesitan prensas, equipos de redacción u oficinas de edición pero la pregunta es a quién se le cree. La tecnología actual y las aplicaciones al alcance de cualquier persona con un mediano manejo de ellas puede crear sitios de información, pero sólo tendrá éxito en la medida que cumpla ciertos requisitos: que su

información sea actual, que sea fidedigna y, en lo posible, exclusiva; que permita a los lectores postear lo publicado y que, además, sea visualmente atractivo. Al revisar la red es posible observar que en esta *web 2.0* cualquier usuario puede tener sus propios textos electrónicos con objeto de que otras personas puedan aportar, comentar y disfrutar de estos espacios de socialización, pero, más importante aun es que ya no son los foros y blogs los que se nutren de noticias de los medios tradicionales, sino que son estos últimos los que actúan como cajas de resonancia de las bitácoras electrónicas. A su vez, los medios tradicionales suelen reaccionar más rápido en sus versiones *on-line* que forman parte de estas redes y se debe destacar que hoy en día el periodismo electrónico también puede recibir el prestigioso premio *Pullitzer*.

En este contexto, los profesores debemos asumir finalmente que el uso de estas plataformas virtuales ha provocado cambios de patrones de pensamiento, por lo cual resulta inoperante insistir en aplicar modelos pedagógicos y de lectura que corresponden a la escuela tradicional. Algunos especialistas afirman que las tecnologías 2.0 son un estímulo que podría modificar la organización neuronal pues potencia redes sinápticas a nivel de hemisferio derecho, asociado a la resolución de problemas y a la creatividad, por lo que las personas que funcionan con “cerebro 2.0” aprecian cosas distintas y las redes sociales operan con la lógica de la conectividad que exige elementos afectivos y de participación.

Conclusión

De acuerdo con lo anterior, la escuela debe considerar que la principal fuente de discursos a los que se enfrentan los jóvenes son los que circulan en la red. Cada día leen y producen textos a través de diversas aplicaciones que les permiten comunicarse y enviar o recibir una gran cantidad de información la cual puede llegar incluso a los medios tradicionales y se constituyen entonces como mensajes mediáticos. En cualquiera de estos casos, los profesores de lenguaje tenemos posibilidades ilimitadas en la medida que asumamos que no se trata sólo de un tema tecnológico o mediático, sino de una nueva forma de procesamiento cognitivo.

Bibliografía

- BUSTAMANTE, ENRIQUE, 2008, *Redes sociales y comunidades virtuales en Internet*, México, Alfaomega
- CALSAMIGLIA, HELENA; TUSÓN, AMPARO, 1999, *Las cosas del decir. Manual de análisis del discurso*, Barcelona, Ariel.

- JOFRÉ, MANUEL, 2000, "Conversando con Mc Luhan", en *Tendencias recientes en comunicación*, Editor Edison Otero, Santiago, UNIACC.
- KRISTEVA, JULIA, 1981, *Semiótica*, vol. 1 y vol.2, Madrid, Fundamentos.
- LANDOW, GEORGE P., 1995, *Hipertexto. La convergencia de la teoría crítica contemporánea y la tecnología*, Barcelona, Paidós.
- LANDOW, GEORGE P., 2009, *Hiper texto 3.0: teoría crítica y nuevos medios en el área de la globalización*, Barcelona, Paidós.
- MARTÍN- BARBERO, JESÚS, 2001, *La educación desde la comunicación*, Buenos Aires, Ed. Norma.
- MCLUHAN, MARSHALL; POWERS, B.R., 1995, *La aldea global*, Barcelona, Gedisa Editorial.
- PISCITELLI, ALEJANDRO, 2005, *Internet, la imprenta del siglo XXI*, Barcelona, Gedisa.
- PRENSKY, MARC, 2001, "Digital Natives, Digital Immigrants", en *On the Horizon*, MCB University Press, Vol. 9, N° 5, October 2001.
- VAN DIJK, TEUN A., 2000a, "El discurso como interacción en la sociedad", en *El discurso como interacción social*, Barcelona, Gedisa, pp. 19-66.
- ZANONI, LEANDRO, 2008, *El imperio digital. El nuevo paradigma de la comunicación 2.0*, Buenos Aires, EdicionesB.