



Presentación

Vivimos un tiempo de cambios significativos en el modo de comunicarnos. La expansión de las nuevas tecnologías y su impacto en las dinámicas sociales nos lleva a hablar en este número de la revista a lo que a grades rasgos denominados “Usos estratégicos de la Red”.

Compartimos la idea de que en la actualidad, producto sin duda de un proceso de massmediatización de la sociedad y la cultura, el espacio público se ha transformado y podríamos sostener que se ha ampliado. Esta massmediatización aparece como fenómeno relacionado con la instantaneidad y la simultaneidad en los contenidos de los mensajes, imponiéndose el predominio de la imagen, la fragmentariedad, el alto impacto y la instalación de modos comunicativos en lo que algunos estudiosos consideran un presente continuo.

Por otro lado, estamos sin duda alguna ante una reconfiguración de lo público, que pasa a caracterizarse por lo virtual y democrático, en la medida en que se ampliado sustancialmente la capacidad de que los ciudadanos sean parte del debate sobre los asuntos que se consideren de mayor relevancia para la sociedad. Justamente esto se conecta con la idea de un uso estratégico de las nuevas plataformas comunicativas. Ya que la red está permitiendo que una diversidad de actores tanto sociales como políticos y/o culturales, un conjunto de voces históricamente silenciadas, encuentren hoy canales diversos y plurales para la expresión y la libre circulación de ideas, informaciones y posiciones.

Desde esa riqueza de usos de la red que está en marcha presentamos los contenidos de este número de Temas de Comunicación. El número lo abren una tríada de artículos que se pasean por la inserción de la web en diversas estrategias. Así el texto de Alejandro Ríos lleva por título “Funcionalidades de la Web 2.0 en la intranet social y su incidencia sobre los factores de competitividad de las empresas”, Gustavo Javier Gutiérrez y Ángel Páez Moreno revisan

“Usabilidad en cibermedios nativos e inmigrantes”, mientras que el artículo de Valeria Fernández Hasan, que lleva por título “Un acercamiento a la experiencia en clave feminista. Prácticas y usos estratégicos de la Red”, resultó inspirador para darle orientación a este número de la revista.

Por su parte, Lidia de la Torre y Alfredo Dillon tienen en esta edición su texto “Los políticos, las redes sociales y el periodismo en Argentina”, que también se pasea por la idea de usos estratégicos de la red, dentro de una dinámica que parece extenderse rápidamente. Marta Rico, por su parte, revisa las estrategias web 3.0 del Grupo de Diarios de América (GDA) y Karina Ortiz reflexiona sobre las nuevas dinámicas web, desde la perspectiva de las audiencias. Rafael Ahumada escribió “La necesidad de una alfabetización hipermedial” y Edixela Burgos Pino investigó sobre la brecha digital entre jóvenes de Venezuela. Este conjunto de textos constituyen el dossier central del número.

Finalmente, en la sección Otros Temas, contamos con el aporte de Hely Danilo Zavala titulado “Análisis del titular y los tipos de titulación en las informaciones de la fuente deportiva en los medios impresos venezolanos”.

Andrés Cañizález
Director