Interacción social en la Red

POR **JUAN JOSÉ PERONA PÁEZ Y MARILUZ BARBEITO VELOSO**

Las posibilidades de interacción social que brinda Internet encuentran en los *blogs* uno de sus máximos exponentes, en tanto que, junto con las otras formas más consolidadas y populares como los *chats* o los foros, se están convirtiendo en verdaderos ?puntos de encuentro? entre personas con intereses e inquietudes comunes. Este hecho, unido a su progresivo aumento, ha motivado que los *blogs*, especialmente los de carácter periodístico, sean objeto de análisis en algunos de los artículos publicados por las revistas especializadas en comunicación. Además de los *blogs*, la publicidad en Internet es otro asunto que centra la atención de los investigadores, puesto que, con independencia de las nuevas modalidades de transmisión de los contenidos publicitarios surgidos como consecuencia del desarrollo tecnológico, el tiempo que los consumidores pasan conectados a la Red ?cada vez más? obliga a las marcas a plantearse cambios estratégicos.

Los trabajos sobre la televisión digital, de la que ya comienzan a aflorar los primeros estudios de audiencia en países como Alemania, España, Francia, Italia y Reino Unido, ocupan también un amplio espacio en las publicaciones más recientes, sobre todo aquellos que tienen que ver con su potencial interactivo. De especial relevancia son también las páginas que, de nuevo, se dedican a las industrias culturales, la economía de la comunicación y la concentración mediática en América Latina y España.

Fundación Telefónica
Telefónica