

Los usuarios que emplean la *web 2.0* de forma cotidiana por su fácil uso y eficacia, posiblemente sean ajenos a los interesantísimos procesos que se producen desde el punto de vista de la comunicación y para los profesionales de las ciencias de la comunicación, ya que “nos situamos en sistemas expresivos más complejos” (Cebrian Herreros, 2008), debido a las distintas formas de expresión y contenido que se han experimentado en los repositorios 2.0, como creación de nuevas expresiones, lenguajes sociales, imágenes, etc, apoyando a “el incremento de modalidades dialógicas y procesos comunicativos para nuevos contenidos digitales.” (Cebrian Herreros, 2008)

Todos estos avances no se quedan sólo en el ámbito de la comunicación, si no que ha sido una transformación total en el desarrollo de nuevas aplicaciones tecnológicas de *software* y *hardware* diseñadas única y exclusivamente para estos tipos de procesos, ya que “la *web* nació como información y ahora tiende a la exhibición de todo tipo de contenidos y a la apertura a las aplicaciones de los usuarios”. (Cebrian Herreros, 2008).

Como conclusión a este estudio, se podría decir que la acogida la *web 2.0* por parte de los consumidores, instituciones, organizaciones y empresas, es reflejo del éxito de convertir a las personas en los protagonistas y productores de contenido, al ampliarse su capacidad de decisión sobre el mensaje emitido o recibido.

Bibliografía

- Aced, Cristina (2013): Relaciones Públicas 2.0. Cómo gestionar la comunicación corporativa en el entorno digital. Barcelona: Editorial UOC.
- Castells, Manuel (2010): Comunicación y poder. Madrid: Alianza Editorial.
- Coterón, Jesús (2016): La comunicación 2.0. Revista española de comunicación en salud.
- De Salas Nestares, M^a Isabel (24-09-2010): La publicidad en la Redes Sociales: de lo invasivo a lo consentido. Facultad de Ciencias Sociales UNLZ, Año VII, Número 13, V2, pp.25-36 ISSN 16685024.
- Gertrúdx, Manuel (2009): Nativos digitales. Madrid: Revista de Comunicación de nuevas tecnologías.
- Herreros, M. C. (2008). La Web 2.0 como red social de comunicación e información. Estudios sobre el mensaje periodístico,14, 345-361. Madrid: Universidad Complutense de Madrid.