



Convergencia. Revista de Ciencias Sociales

ISSN: 1405-1435

revistaconvergencia@yahoo.com.mx

Universidad Autónoma del Estado de México
México

Kiss de A., Diana M.; Castro R., Eduardo
Comunicación Interpersonal en Internet
Convergencia. Revista de Ciencias Sociales, vol. 11, núm. 36, septiembre-diciembre, 2004, pp. 277-301
Universidad Autónoma del Estado de México
Toluca, México

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=10503611>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org

redalyc.org

Sistema de Información Científica
Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

Comunicación Interpersonal en Internet¹

Diana M. Kiss de A.

Eduardo Castro R.

Universidad de Los Lagos, Osorno, Chile

Resumen: El artículo explora los mecanismos que operan en el intercambio textual interpersonal que establecen los usuarios de las interfases de comunicación interpersonal disponibles en Internet. Se propone una aproximación a los procesos de construcción del contexto de interacción, a la elaboración del sujeto de la enunciación y al *diálogo* escrito de naturaleza virtual; elementos que distinguen a la comunicación interpersonal mediatizada por la tecnología digital.

Palabras clave: comunicación interpersonal, procesos de comunicación, Internet.

Abstract: *The paper analyzes the mechanisms that operate in the interpersonal textual interchange that users establish within the interphases of interpersonal communication available in Internet. The study propose an approach to the processes of construction of the interaction context, to the elaboration of the subject of the enunciation and to the written dialogue of virtual nature; elements that distinguish the interpersonal mediatic communication by the digital technology.*

Key words: *interpersonal communication, processes of communication, Internet.*

Con el acceso público a Internet, la sociedad ha experimentado una profunda transformación de su sistema comunicativo; estos cambios no sólo se han presentado en el ámbito tecnológico sino, de manera determinante, en las formas en que nos relacionamos con los demás y con el medio tecnológico que nos convoca.

Entre las innumerables innovaciones que la Red Internet ofrece, y que constituyen una de las transformaciones más significativas en el mercado de las comunicaciones electrónicas, se encuentra la interacción interpersonal, la cual es posible a través del correo electrónico y las conversaciones en línea (*chat room*), mecanismos de comunicación personalizada, que se han masificado en un periodo relativamente breve y que nos permiten, en nuestra calidad de usuarios,

¹ Trabajo financiado por la Dirección de Investigación de la Universidad de Los Lagos - Osorno, Chile, en el marco de los Proyectos de Investigación Interna 2003.

generar relaciones comunicativas específicas con un sistema tecnológico personalizado.

Los recientes avances en telefonía celular que han transformado al intercambio de mensajes auditivos en audiovisuales y ha hecho converger distintos lenguajes en un diminuto aparato de comunicación personalizada obliga a los estudios de comunicación a replantearse una vez más las comunicaciones mediadas por las nuevas tecnologías. Este trabajo se ha concentrado en explorar los procesos comunicativos a partir de las innovaciones de la informática, específicamente el uso interaccional de los dispositivos de comunicación sincrónica a través de la Red Internet, dejando al margen la exploración de los modos de comunicación inmersos en el uso de las recientes innovaciones en materia de telefonía celular que tienen características multimediales.

En el escenario de la comunicación mediada por la tecnología, como nunca antes, las predicciones de la literatura de ciencia ficción se hacen realidad: nos comunicamos *on line* con personas al otro lado del mundo, intercambiamos paquetes textuales de cualquier naturaleza, hemos desarrollado un mercado virtual y un gobierno electrónico, que aún tiene innumerables facetas por explorar.

Hacia el origen del problema

Aún cuando la investigación de la comunicación ha incorporado como objeto de estudio el funcionamiento de la Red Internet, sus consecuencias sociales y la modificación a la actual estructura mediática, en la bibliografía disponible y las investigaciones en curso, todavía se advierte la necesidad y sobre todo la urgencia por reconstruir el escenario comunicativo a la luz de los avances más recientes en el ámbito de las telecomunicaciones; pues las orientaciones teóricas propuestas por distintas disciplinas sociales ofrecerían, desde nuestra perspectiva, una visión fragmentada de la comprensión de este proceso de la comunicación, en particular la dinámica de las relaciones que subyacen en las interacciones interpersonales,² como es el correo electrónico (*e-mail*) y las conversaciones en línea (*chat room*). Esto se debe, por una parte como

² Aun cuando se reconocen las transformaciones que han experimentado las tipologías de los medios de comunicación frente a la irrupción de las nuevas tecnologías (Moles,

consecuencia de las innovaciones que el propio tema nos ofrece y, por otra, debido a un reduccionismo epistemológico presente en buena parte de los estudios recientes. Los investigadores, efectivamente, han estudiado las consecuencias sociales e individuales de la irrupción de Internet en nuestra vida, pero consideramos que el análisis en torno al proceso comunicativo mismo ha sido prácticamente escaso.

Frente a este planteamiento, Internet como sistema de comunicación presenta varios problemas teóricos a la investigación comunicativa: entre ellos la validación de una metodología de análisis para explicar un proceso que se enmarca, tanto en las características de la comunicación colectiva, como en aquellas de naturaleza interpersonal. Por otra parte, se encuentra el estudio de los procesos y las relaciones que convergen en la experiencia de una comunicación interpersonal mediatizada por herramientas tecnológicas digitales, donde “la lógica de los mensajes lineales se fragmenta para dar lugar a sistemas conceptuales basados en nociones como la multilinealidad, los nodos, nexos y redes” (De Vecchi, 2000).

Por las características técnicas y las posibilidades asociadas al sistema, como son, entre otras, las propiedades multimediales e hipertextuales,³ la comunicación interpersonal por medios digitales permite que personas que se encuentran en lugares geográficos distantes, intercambien textos escritos, imágenes y sonidos en forma simultánea. La comunicación mediada por este tipo de tecnología implica el funcionamiento de procesos, que definen las características

1981), con la finalidad de precisar el ámbito de intervención de los participantes en el proceso comunicativo, se mantendrá la distinción de comunicación interpersonal y comunicación social o de difusión. En el primer caso se referirá a la interacción entre dos o más personas, ya sea cara a cara, o bien mediada por sistemas tecnológicos de acceso *personalizado* (Internet); mientras que la comunicación social hará referencia a los procesos emanados de complejas industrias de la comunicación, en calidad de emisores, hacia las audiencias *grandes, heterogéneas y anónimas*, donde los mensajes de los emisores (el sistema de comunicación) no están *personalizados*.

³ Peeters, H. y Charlier, P. (2000) definen *hipertexto* como “una técnica puesta en forma de documentos que constituyen el soporte de la informática, y en la cual los fragmentos de texto son en realidad una parte dinámica inserta. En esta figura el hipertexto es, en principio, una forma de lectura original, no lineal y personalizada ... El hipertexto multimedia (o hipermedia) es la extensión de otros sistemas semióticos del texto (imagen, sonido), ésta es una perspectiva de la exploración integrada”.

de tal interacción. Estos elementos, si bien han sido estudiados por investigadores del proceso de la comunicación, fundamentalmente desde la psicología (Maletzke, 1976; Watzlawick, 1995) y la semiótica (Eco, 1995), creemos que para comprender la complejidad de la dinámica de la comunicación en Internet, las actuales propuestas teóricas, en forma independiente, resultan insuficientes para explicar el funcionamiento de un sistema de interacción interpersonal a través de un medio de comunicación colectiva. Los modelos o esquemas de la comunicación que buscan explicar el funcionamiento del proceso, en general, centran su atención, ya sea en la comunicación interpersonal, analizando las características y elementos que posibilitan la interacción, o bien desde una perspectiva sociológica o psicológica que estudian el proceso comunicativo como un proceso de producción de textos dirigidos a audiencias, que, a su vez, materializan una recepción con características propias, lo cual ha ameritado variados y exhaustivos análisis pertinentes a su naturaleza.

Un primer acercamiento a la comunicación mediatizada por herramientas tecnológicas hace emerger la inquietud respecto a si tal interacción conserva la lógica de los intercambios textuales *cara a cara* y cuál es la diferencia entre éstos y los sistemas de comunicación interpersonal a través de los medios tradicionales, como el intercambio epistolar o el teléfono. Probablemente uno de los rasgos más distintivos y evidentes de la relación comunicativa interpersonal en Internet sea el ambiente de simulaciones en que se presentan los intercambios textuales. Esta propiedad no es exclusiva de las comunicaciones interpersonales mediatizadas por Internet; los juegos de rol o los papeles que asumimos en distintos planos de nuestra vida cotidiana suelen ser, por sí mismos, simulaciones de la realidad o la fantasía.

En Internet, sin embargo, las representaciones de la realidad codificadas en el sistema y aquellas que los propios usuarios elaboran como soporte de la interacción constituyen el contexto virtual de la enunciación. En la elaboración de tal soporte por parte de los participantes y su vinculación con el que presenta el sistema, se encontraría implícito un proceso comunicativo.

Para participar en el ambiente virtual de las conversaciones en línea o el intercambio de textos a través del correo electrónico, el emisor se caracteriza a sí mismo en cuanto sujeto del enunciado por dos vías:

utiliza el lenguaje como modo de operación textual, o bien seleccionando alguno de los estereotipos codificados en el propio sistema, estableciendo una relación comunicativa que se adapta a un ambiente de virtualidad.

La comunicación interpersonal en Internet se realiza mediante el intercambio de textos, tanto en la forma simultánea (sincrónica) de las conversaciones en línea, o asincrónica a través del correo electrónico. En el primer caso (*chat*), la estructura de la interacción es análoga a la conversación *cara a cara* y a la comunicación telefónica, es decir, de un *modo dialógico*; mientras que en el correo electrónico, los conjuntos textuales son más extensos y el intercambio no necesariamente obtiene una respuesta inmediata.

El Internet como objeto de estudio

Los estudios sobre las comunicaciones en Internet⁴ se han incrementado significativamente en los últimos años, en particular desde 1998⁵ (Fuentes, 2000), cuando este sistema de comunicación despierta el interés de los investigadores sociales y se empieza a

⁴ La Red Internet fue concebida y diseñada en 1963 por Larry Roberts, quien en plena Guerra Fría fue invitado por el jefe de investigación de computación de la *Advanced Research Projects Agency* (ARPA) para diseñar un sistema a través del cual fuera posible la transmisión de paquetes de mensajes desde distintos puntos de origen y sin que el sistema fuera vulnerable a ser interceptado en la ruta (Negroponte, 1995:5-6). En 1969 se instala el primer nodo de una red científica y académica que enlazará a 15 universidades y centros de investigación norteamericanos, pero no será hasta el año 1985 cuando se abren las posibilidades para un uso civil y en el año 1990 se inicia un vertiginoso desarrollo en tecnología avanzada en electrónica, computadores y telecomunicaciones, popularizándose el uso del Internet en América Latina cinco años más tarde. Sólo en Chile el número de computadores conectados a Internet en el año 2000 registra un incremento de 157%, alcanzando a casi dos millones de computadores conectados al sistema. El número de usuarios es significativamente superior, pues aquí debemos considerar al sistema educativo.

⁵ A partir de una investigación sobre los estudios de comunicación difundidos a través de Internet, Fuentes, R. y Hernández, F. (2000) destacan que es "a partir de 1995 cuando comenzaron a proliferar y a diversificarse (los estudios sobre Internet), incluyendo unos cuantos artículos publicados en revistas de comunicación". En los datos aportados señalan que en 1998 las revistas internacionales de ciencias sociales (consulta en *ProQuest*) publicaron un total de 240 artículos sobre estudios de comunicación, de los cuales en las revistas internacionales (en el mismo año) diez artículos tuvieron como tema a Internet y en revistas latinoamericanas un total de 17. Para Fuentes Navarro

explorar sobre las características y el impacto que tiene en los usuarios. Antes de ese año el número de publicaciones sobre la Red Internet desde las ciencias sociales era prácticamente inexistente. De los trabajos recientes, fundamentalmente a partir del año 1999, el objeto de estudio se centró en el crecimiento y la diversificación de los servicios a través de Internet, definiéndose, por una parte, sus rangos de uso y las características demográficas (Gutiérrez e Islas, 1999; Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas [FACEA] de la Universidad de Chile, 1999) y, por otra, se han explorado las aplicaciones que Internet tiene para los negocios, la educación, la ciencia, el arte y la entretención, así como su funcionamiento en el sistema mundial (Trejo, 1998). Otras investigaciones, en cambio, presentaron las características y contenidos de los productos y servicios (Armañanzas y Koldo, 1996; Pineda, 1997; Joyanes, 1997; Landow, 1995), el análisis de los efectos y lo que ha significado hasta el momento esta “participación” en la comunidad global (Ford, 1994; Negroponte, 1995; Trejo, 1998, Austerlic, 2000).

Sin embargo, la incorporación de un nuevo sistema de comunicación a la estructura mediática requiere, de igual forma, explicaciones sobre el funcionamiento del sistema mismo que nos ayude a comprender este fenómeno. Sólo así será posible entender la dinámica de un nuevo medio y el lugar del emisor-destinatario en un proceso que está centrado en la experiencia de la interacción como intercambio y “negociación del sentido” entre dos o más participantes (O’Sullivan *et al.*, 1995: 196-197; Van Dijk, 1992: 242), más que en la recepción de textos.

Delimitación teórica

Los límites conceptuales que nos hemos trazado se circunscriben al estudio del proceso de la comunicación a través de Internet, en la perspectiva de las modalidades de interacción interpersonal mediatizadas por el sistema electrónico, como es el intercambio textual en el correo electrónico y las conversaciones en línea, dejando al

estos antecedentes “son evidencia suficiente de que la investigación sobre Internet como medio de comunicación apenas comienza”.

margen las características discursivas de los productos comunicativos disponibles en la Red.

De esta forma, en el contexto de las relaciones comunicativas interpersonales y la competencia lingüística, que admite el establecimiento de una interacción a partir de la participación de los interlocutores en un campo común de significación, la noción de “competencia comunicativa” (Ebneter, 1982) nos entregará los márgenes dentro de los cuales se desarrolla la experiencia de interacción: “es lo que tiene que saber un hablante para poder realmente tomar parte en la comunicación en situaciones culturalmente significantes”, es decir, “el concepto de *competencia para la comunicación* recubre lo que el hablante miembro de una comunidad y dotado de ciertos *roles* sociales debe saber para establecer una verdadera comunicación en situaciones culturalmente significantes, y para emitir mensajes verbales congruentes con la situación” (Marcellesi, 1974: 169). En tal sentido, la competencia comunicativa se centrará en los componentes situacionales de la interacción lingüística y en el modelo de la comunicación (Ebneter, 1982:113). La ampliación del concepto que establece Habermas (Saperas, 1986:174-175) nos dibuja un contexto mucho más completo y “comprometedor”, pero también con una mayor apertura donde no será necesario que los participantes tengan el mismo marco de referencia (contexto inmediato) ni tampoco compartan un paradigma sociocultural, lo que en los modelos tradicionales constituyen la condición *sine qua non* de la comunicación.

En cuanto al proceso de la comunicación, la semiótica de Eco (1995) actúa en este trabajo tanto como un soporte teórico como uno de carácter metodológico; pues en el modelo propuesto por Eco el concepto de *código* adquiere una dimensión mucho más amplia y con ello más abierta para la comprensión de los nuevos fenómenos comunicativos digitales. Aquí el análisis no se restringirá al ámbito de la comunicación interpersonal, sino también a la relación entre las personas y la tecnología, y a los procesos de comunicación colectiva, aunque la preocupación teórica será la interacción entre el destinador y el destinatario en el nivel de la estructura textual.

En el nuevo espacio tecnológico, el concepto de “comunicación interpersonal” adquiere una dimensión mucho más amplia que la proxémica, o las restricciones en el número de participantes e

inmediatez en la retroalimentación (Miller, 1986; Saunders *et al.*, 1995; Blake y Haroldsen 1977; Cortázar, 1997), pues aún cuando en su estructura funciona como sistema de comunicación colectiva, dado que existen muchos computadores enlazados en red y los mensajes se transmiten a un público amplio e indeterminado en número y características, en lo funcional se establecen las condiciones para una interacción personalizada. Respecto del fenómeno de la virtualidad, su redefinición se da a partir de la incorporación al mercado mediático de la tecnología digital,⁶ pues tal escenario implicará no sólo el acceso y re-elaboraciones simbólicas de la información textual y gráfica, o a la posibilidad de interacción en línea y en red con otras personas, sino “a la experimentación de entornos sociales como mecanismos de interacción y colaboración” (Piscitelli, 1995:23). Ya no se trata sólo de la creación de un espacio virtual a partir de un *sistema de significación* común entre un autor y un lector (Eco, 1995:25), al intercambio y “negociación de sentido”⁷ entre ambos, o a partir de un “consumo” audiovisual individual o colectivo, sino de compartir y construir colectiva y *virtualmente* estos entornos sociales (Bettetini y Colombo, 1995; Quéau, 1995; Piscitelli, 1995), y actuar como si éstos fueran reales, tal es el caso de las aulas, la oficina, los lugares de encuentro, o las comunidades disciplinarias que se relacionan a través de Internet estableciendo una interacción social (Van Dijk, 1992; O’Sullivan *et al.*, 1995).

⁶ Las tecnologías informáticas nos ofrecen representaciones construidas a partir de modelos lógico-matemáticos. En oposición, los medios de comunicación hasta hoy tradicionales, como la telefonía o la televisión, transportan representaciones “analógicas” que son iguales al fenómeno al cual hacen referencia a través del soporte auditivo y el soporte audiovisual. La telefonía celular multimedia, de manera específica, presenta en esta relación características similares con los sistemas de comunicación a través de Internet, en tanto ambos transportan conjuntos textuales no necesariamente equivalentes a la realidad desde la cual emergen.

⁷ Para Fiske, J. *et al.* (1995) “cuando el lector lee un texto entra en interacción con él o negocia con él; esta negociación implica que el lector aporta a la lectura su propia experiencia cultural, sus propios sistemas de sentido elaborados socialmente. El sentido del texto que surja de esa lectura es el resultado de la “negociación” entre el texto y el lector construido socialmente, por lo tanto, es potencialmente singular” (1995:241). De acuerdo con Eco (citado por Fiske, J. *et al.* y en referencia a “The Role of de Readers”, 1981, Londres: Hutchinson) los textos abiertos permiten que el lector desempeñe un rol más creativo en la negociación de sentido.

En la definición de Homans⁸ la interacción es equivalente a la comunicación interpersonal, “es una forma de interdependencia del grupo (social), donde las acciones determinan la estructura del sistema y las sucesivas interacciones la identidad de éste” (Stogdill, 1948:18).

Relaciones de comunicación

El desarrollo de las tecnologías de la información y la comunicación no ha tenido únicamente como resultado el aumento en el tráfico de datos en el ámbito mundial, sino que la alteración en el proceso de acumulación, procesamiento y recuperación de la información, ha significado un cambio en la relación que el destinatario establece con las herramientas o medios tecnológicos de transmisión de datos. De esta manera, de ocupar el papel de “receptor” de mensajes de la industria mediática, se transforma en usuario, “en el sentido que participa en el proceso de selección de interacción para recuperar la información previamente acumulada” (Moragas, 1993:18).

Este cambio en la función, de destinatario a protagonista del proceso, compromete, paralelamente, una reestructuración en la relación que el destinatario de los conjuntos textuales establece con la tecnología y en el nivel de las interacciones interpersonales mediatizadas por máquinas. Los alumnos entrevistados reconocen que su relación con la tecnología ha cambiado cuando han sido capaces de manejar los códigos que les permiten no sólo crear sus propios textos (páginas web, presentaciones, software educativo), sino interactuar en línea con otros usuarios, incluidos sus profesores.

Para los investigadores que centran el desarrollo de las comunicaciones en la variable tecnológica (Negroponte, 1995; Bettetini y Colombo, 1995; Quéau, 1995), los usuarios establecen un vínculo directo con las redes de computación y, en general, con los sistemas de comunicación digital. En las relaciones comunicativas de esta naturaleza el usuario se vincula con el sistema, según las posibilidades que están preordenadas y predeterminadas; de tal manera que “se puede hablar de interacción comunicativa también en los casos de

⁸ Homans, G.C., *The Human Group* NY. Hartcourt Brace and World, 1950, citado por Stogdill, R. M., *Personal Factors Associated with leadership: A survey of the literature. Journal of Psychology*, 1948.

las relaciones de uno o más sujetos con un texto y de las relaciones de uno o más sujetos con una máquina” (Bettetini y Colombo, 1995:16-17). Para el autor las elecciones del usuario son las que determinan un producto “nuevo” y, por tanto, dan origen a una situación no totalmente precodificada, donde estaría radicada la “comunicabilidad” o nexo entre el usuario y la máquina.

Las potencialidades del sistema, entonces, constituyen una de las condiciones necesarias, pero no suficientes, para la realización del texto o del intercambio comunicativo; pues también forman parte del proceso la voluntad del individuo y el conocimiento previo que tenga sobre el funcionamiento del sistema computacional, es decir, las “competencias tecnológicas” o capacidad para manejar un lenguaje especializado. Los alumnos entrevistados señalaron como indispensable, y lo cual determinaría la “comunicabilidad” de la experiencia tecnológica, la competencia para desenvolverse con propiedad en este lenguaje, mismo que no solamente se aprende en el aula, sino a través de la habilidad para apropiarse de él.

Esta relación dialéctica, entre las posibilidades del sistema y las elecciones del usuario, da como resultado una textualidad elaborada con base en las posibilidades *precodificadas* y las innovaciones que el usuario aporta para construir un texto en su relación con la máquina.

En el caso de la comunicación interpersonal a través de Internet, el intercambio de textos entre usuarios del sistema es mediatizado tanto por la tecnología como por las condiciones necesarias para establecer la conexión entre interfases enlazadas en red, donde “cada usuario interactúa en primer lugar con el sistema, gestionando la transmisión y la recepción de los mensajes según las posibilidades previamente configuradas por éste. Sólo dentro de este diálogo con el sistema y a través de él se produce el intercambio de mensajes entre usuarios” (Bettetini y Colombo, 1995:134).

Aquí se instaura un tipo de interacción mediada por la presencia de un “tercer interlocutor”: la tecnología, la cual establecerá una interacción con los usuarios construyendo textos de acuerdo con las posibilidades predefinidas en éste. Para Bettetini y Colombo (1995), la relación entre el emisor y los textos codificados en el sistema permiten

establecer un diálogo.⁹ Es conveniente aclarar que esta relación dialógica sería puramente metafórica, pues las posibilidades de respuesta por parte de la máquina están limitadas a los textos configurados previamente, pero no por ello la comunicabilidad de la interacción queda excluida, dado que en tal relación el destinatario, que es humano, decodifica los textos que le presenta un emisor no-humano.

Esta mediación también es, desde una perspectiva temporal, indirecta, ya que para establecer una relación comunicativa, el destinatario deberá primero conectarse a la red, decodificar las señales que le permiten enlazarse al sistema, y tener, desde esa posición, acceso a textos que no tiene alternativa para modificar, interrumpir o solicitar en línea más información que la codificada.

Respecto a las interacciones en los salones de conversación o chat, habría una diferencia significativa con las comunicaciones tradicionalmente mediatizadas por la tecnología (telefonía personal). Aquí se presenta un intercambio discursivo en línea con participación de un número grande de usuarios y donde cada uno actúa como participante activo o pasivo en el intercambio conversacional.

Ahora bien, frente a la transformación tecnológica que experimenta el sistema comunicativo, Moragas (1993:11-33) propone una reconceptualización de los medios, que, desde su punto de vista, debería estar basada, tanto en los cambios en las técnicas de transmisión de datos como en la interacción entre personas; dado que ambos elementos han alterado sustancialmente las formas de estructuración de los espacios de recepción¹⁰ y, por tanto, la relación

⁹ Para Rivano (s/f:10) el diálogo es una comunicación de signos que implica un grado de inmediatez y reciprocidad, que no necesariamente están totalmente sincronizados.

¹⁰ Uno de los problemas que se plantean a la investigación en comunicación a partir del uso habitual de Internet como un medio de comunicación interpersonal es la noción de "ámbito de recepción", pues "la mediación técnica permite la creación de ámbitos comunicativos en el marco de la más amplia dispersión geográfica, manteniendo una estricta selección social de la recepción" (Moragas, 1993:23), es decir, el lugar desde el cual los usuarios establecen una relación comunicativa y el contexto sociocultural compartido como condiciones necesarias para una comunicación intercultural real y exitosa, desplazan su centralidad a otras formas de selección y requisitos para vínculos

que los usuarios del sistema de comunicación tecnológica en línea establecen con otras personas.

A diferencia de los medios de comunicación colectiva tradicionales, el uso interactivo de Internet admite que los receptores, además de transformarse en usuarios, construyan una interacción en dos direcciones: por una parte, una relación comunicativa con la máquina que permite ingresar al sistema para comunicarse con otros usuarios y, por otra, la interacción con otros usuarios a través del sistema tecnológico de comunicación, donde la persona asume un papel activo en la experiencia comunicativa mediática, orientando el desarrollo de la interacción a las necesidades y los objetivos que son comunes al grupo.

Los usuarios habitualmente materializan tal relación a través del uso preferente, como sistema de comunicación interpersonal, del correo electrónico y la conversación en línea, tanto en los espacios públicos de conversación como en el MSN que permite la interacción textual con personas conocidas. Se omiten en las preferencias los tableros de avisos y la participación en foros de discusión, incluso no es habitual el funcionamiento de mecanismos de interacción entre alumnos y profesores, y entre los propios estudiantes como parte de las estrategias pedagógicas. Tal omisión responde, por una parte, a que la mayoría de los docentes no utiliza los sistemas de educación a distancia o educación virtual para complementar las estrategias de interacción con sus alumnos, y, por otra, a que en la mayoría de las instituciones educativas, tanto de enseñanza básica, media como superior, aún es insuficiente la infraestructura tecnológica digital para *virtualizar* algunos de los cursos, o bien complementar con técnicas de educación a distancia las estrategias didácticas tradicionales.

Ahora bien, frente al fenómeno de la interacción de los medios, Bettetini y Colombo distinguen entre medios interactivos y aquellos que no lo son a partir del ámbito de intervención del destinatario en el intercambio comunicativo; esta “participación activa es la que determina qué informaciones compondrán el intercambio, de su sucesión, de los tiempos en que se desarrolla la interacción y de sus

de tal naturaleza, como son los intereses colectivos y las condiciones técnicas de la interacción.

mismos resultados” (1995:156). De esta manera, podríamos ceñir a los sistemas interactivos virtuales solamente a aquellos donde los usuarios participan activamente en el intercambio textual y, además, se materializa una respuesta en línea.

Comparativamente con los medios de comunicación colectiva tradicionales, el desarrollo de Internet como sistema de comunicación interpersonal presenta diferencias significativas en la estructura de emisión-recepción, pues no sólo se admite una relación comunicativa con el sistema tecnológico, sino que permite un flujo interactivo bidireccional o multidireccional con otras personas.

Procesos de comunicación

Entre los cambios más importantes en el sistema de comunicación, derivados del desarrollo de las tecnologías de la comunicación y la información, se encuentra la modificación de la estructura unidireccional en la emisión de mensajes a través de los medios de comunicación colectiva. Previo al desarrollo y crecimiento de Internet en el ámbito mundial, los medios de comunicación colectiva estuvieron asociados a complejos sistemas electrónicos y al funcionamiento de organizaciones de comunicación que elaboraban y transmitían mensajes.

Los *nuevos medios* no facilitan únicamente otras formas de interacción social, crean nuevos contextos para la acción y la comunicación, reestructuran las relaciones sociales existentes, contribuyen con nuevos espacios para la autopresentación y la percepción de los demás, sino que en su dinámica coexisten procesos como la construcción del sujeto de la enunciación, la virtualidad en la interacción y el intercambio textual; los cuales están relacionados con el establecimiento de una interacción interpersonal mediatizada por la tecnología, más que a las consecuencias o procesos derivados de tal modalidad de comunicación humana.

Esta adaptación del sistema mediático también ha influido en la estructuración de las audiencias que ahora no sólo son audiencias activas, sino participantes, que será, probablemente, una de las modificaciones más significativas en el proceso de comunicación colectiva. Adicionalmente, el sistema educativo en todos sus niveles ha hecho suyos los retos para el acceso a la “superautopista de la

información”, incorporando en sus programas de estudio y en los planes de desarrollo de la infraestructura tecnológica a la informática.

Además, han sido determinantes los avances en esta materia en Chile, país que en los últimos años ha multiplicado el número de computadores disponibles para el alumnado y ha reproducido en forma sorprendente los cursos de capacitación para sus docentes en torno a los nuevos lenguajes que se asocian al mundo digital; ha modernizado también el sistema curricular para hacerlo más acorde con las demandas del mundo contemporáneo, entre otras acciones que nos permiten en la actualidad afirmar que los profesores que se incorporarán al sistema de educación media en la próxima década contarán en su formación con un soporte tecnológico significativo.

Sin embargo, frente al acceso y uso de la herramienta digital, cabe preguntarse: ¿qué otros procesos de comunicación emergen en esta interacción?, ¿de qué manera se elaboran los textos y se organiza el intercambio?, o bien ¿hay algún cambio significativo frente a las experiencias de comunicación con la “tecnología tradicional”? Consideramos que a partir de la interacción que se establece a través de las herramientas de comunicación interpersonal es posible identificar otros procesos más allá del habitual intercambio textual y que caracterizan a esta modalidad de comunicarse.

a) La construcción del sujeto de la enunciación

Para Quéau (1995:40-42) la fascinación que provoca la interacción interpersonal a través de Internet proviene del hecho de que cada persona puede crearse “pequeños mundos” y actuar en dos dimensiones: tanto si son reales como si no lo son. En el primer caso, la inmersión implicaría la prolongación del mundo material, comunicando las experiencias del “contexto real”, esto es, el establecimiento de una interacción basada en la existencia física por parte del emisor; mientras que en un ámbito virtual se construye una realidad para ser comunicada sólo en el espacio de la interacción mediática, tanto a través de las herramientas de comunicación interpersonal de Internet (chat, e-mail), el teléfono o la correspondencia.

Establecemos la distinción entre una realidad física y una realidad virtual, pues ambas constituyen realidades para el sujeto que se comunica. En la realidad física existe una concordancia con el mundo

material, palpable y comprobable; mientras que en la realidad virtual el sujeto construye un contexto de referencia no material, y que, por tanto, no es comprobable físicamente; sin embargo, a partir de éste se instaura una relación comunicativa, donde ambos actúan como si el escenario construido fuera real. El espacio de la virtualidad construida por los interlocutores y por el soporte material que lo convoca es la principal característica de la comunicación mediada por la tecnología digital, pues hasta el momento ésta sería la única interfase que ofrece la interacción en un mundo virtualmente paralelo.

La “creación de mundos”, por parte del emisor, se inicia con la construcción del referente individual, esto es, anterior a la articulación de un contexto social de intercambio, el sujeto de la enunciación elabora una imagen de sí mismo para ser comunicada al inicio del intercambio textual o en el transcurso de la interacción.

La construcción del *enunciador modelo* en la interacción comunicativa es para Rodrigo (1995:113) un proceso que está profundamente relacionado con la construcción del destinatario modelo y del propio relato,¹¹ pues las características del sujeto de la enunciación forman parte de las estrategias discursivas del producto comunicativo y definen, a su vez, la naturaleza de los receptores.¹² Tal observación la sustenta en los resultados de los estudios de audiencia¹³ de los medios de comunicación colectiva, en el análisis de las estrategias que siguen los locutores para la emisión exitosa de mensajes masivos y en la adopción de perfiles o roles por parte del

¹¹ En el modelo de análisis de la comunicación desde la perspectiva de la semiótica de Rodrigo (1995: 112-117), los productos comunicativos son el resultado discursivo de las condiciones sociopolíticas en que se desenvuelven los medios de comunicación, la organización productiva, las características tecnocomunicativas y las estrategias discursivas, donde estas últimas constituyen el plano de la expresión del discurso, determinado por el enunciador, el relato y enunciatario modelo adoptado por la estructura de producción mediática.

¹² Los estudios sobre la recepción de los productos comunicativos y la percepción de las imágenes que elaboran los medios de comunicación colectiva han definido arquetipos que se relacionan con la segmentación de audiencias y la naturaleza del relato (Fuzellier, 1965).

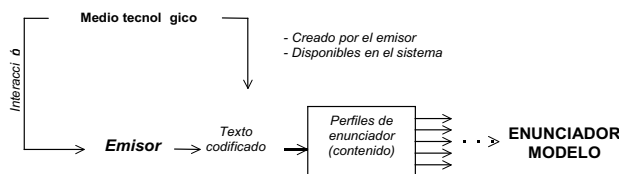
¹³ La industria comunicativa tiene en la segmentación de las audiencias una herramienta para definir un destinatario modelo o lector modelo que sea “capaz de cooperar en la actualización textual de la manera prevista por él y de moverse interpretativamente, igual que él se ha movido generativamente” (Eco, 1981:80).

emisor para el intercambio conversacional. Por tanto, la noción de “enunciador modelo” estará centrada en la realización textual por parte del “enunciador empírico”, más que en las estrategias textuales que permiten “que el contenido potencial de un texto quede plenamente actualizado” (Eco, 1981:89). Las representaciones de los usuarios en el contexto virtual funcionan como base del intercambio textual, adaptándose éstas a las características generales del grupo de conversación o bien a los objetivos de la interacción, esto se explica porque la relación carece *a priori* del estímulo paralingüístico y/o proxémico de la comunicación cara a cara y la que se presenta en los medios colectivos tradicionales.

En el caso de las interacciones digitales, las características del o los destinatarios determinarían, por una parte, el perfil que el propio emisor se atribuye, y, por otra, la naturaleza del relato construido, que comprenderá tanto la expresión como el contenido del texto (Figura 1). Los rasgos psicológicos o caracterización virtual del sujeto de la enunciación, que el emisor empírico elabora para la interacción social en Internet, implican un “desdoblamiento” del emisor, dado que en la interacción es elaborado un modelo de enunciador. De esta manera, emerge un *enunciador modelo* como hipótesis interpretativa, ello en tanto el sujeto de una estrategia textual aparece tal como el texto mismo lo presenta (Eco, 1981: 93).

La definición del enunciador modelo dependerá no solamente de las intenciones del emisor, sino, de acuerdo con Eco, de determinadas huellas textuales, involucrando también al universo que está detrás del texto, detrás del destinatario y, probablemente, también ante el texto y ante el proceso de cooperación” (1981:94-95), pues la cooperación textual se realiza entre dos estrategias discursivas, no entre sujetos individuales.

Figura 1
Proceso de construcción del
sujeto de la enunciación



b) La virtualidad en la interacción

Los *mundos virtuales* “son sistemas que procuran darnos la ilusión más convincente posible de inmersión funcional *dentro* de un mundo sintético”,¹⁴ (Quéau, 1995:51). Es el caso de los mecanismos de simulación¹⁵ de situaciones comunes en lugares no comunes, mientras que las comunidades virtuales son los sistemas que dan la ilusión de estar *dentro* de una situación real. Respecto de la participación del usuario de los sistemas de comunicación, Quéau (1995) distingue entre las experiencias de representación clásicas y las virtuales; mientras que las primeras sitúan al destinatario delante de pantallas (televisión, cine), libros o aparatos de comunicación colectiva (radio), las técnicas virtuales sumergen a las personas en la imagen permitiéndoles moverse, actuar y trabajar en un universo de síntesis.

En este sentido, las representaciones simbólicas que los usuarios de Internet comparten son *textuales*, cuando el emisor describe o selecciona entre las posibilidades codificadas en el sistema el contexto para la interacción comunicativa en el ambiente virtual. Y serán *gráficas*, cuando los esquemas en la pantalla representen ambientes físicos, como las aulas de clase; sociales, como los grupos de

¹⁴ Para Bettetini y Colombo (1995: 246-248) el término “sintético” tiene varios sentidos, por una parte la posibilidad de reducir recorridos aparentemente complicados, por ejemplo de una imagen electrónica a una matriz numérica; una segunda acepción es la de mezcla coherente, sentido que se aplica tanto a los fenómenos materiales como semióticos, y, finalmente, como sinónimo de artificial, en una dimensión más amplia y compleja que a la subrogación funcional, o entender a los medios como extensiones de los sentidos del hombre, para alcanzar aspectos de analogía perceptiva. En el primer plano los nuevos medios tienden a conectarse entre sí (redes de computadores) y a la vez conectar a otros medios (la televisión, la prensa y la radio con las redes de computación). Respecto al plano lingüístico, se sostiene que en el lenguaje que impera en la computación se ha superado la tradicional distinción entre representación escrita, auditiva y visual para dar lugar a una nueva forma de expresión.

¹⁵ El fenómeno de la virtualidad es una característica de todo proceso de simulación, al cual se llega modelizando la realidad a través de sofisticados sistemas tecnológicos que recrean nuestro mundo perceptivo. Las tecnologías en este campo están en continuo desarrollo, sin embargo, los componentes esenciales del sistema de realidad virtual son sensores para la detección de la posición y orientación dotados de tecnologías de ultrasonido, mecánicas, ópticas o magnéticas que mantienen contacto con el cuerpo (el traje *Datasuit* o el *guante Dataglove*) e incluso en los últimos años la investigación se ha centrado en el perfeccionamiento de dispositivos que detectan la dirección de la mirada para reconfigurar el escenario (cascos virtuales) (Bettetini y Colombo, 1995:70-73).

interacción; emocionales, tales como las imágenes o símbolos que sustituyen estados de ánimo; o bien sistemas completos, como el servicio postal.

Los usuarios del e-mail construyen representaciones simbólicas de la realidad a través del intercambio (asincrónico) de conjuntos textuales, mientras que en el “chateo” los participantes actúan como si sostuvieran un diálogo cara-a-cara (sincrónico) en el marco de la representación colectiva. En ambos casos la interacción en el contexto virtual emergerá como “un entorno de simulación completa y emotivamente comprometedor para los participantes, donde simular significará la construcción de un modelo de lo real y experimentarlo como si se tratara del fenómeno mismo” (Bettetini y Colombo, 1995: 99).

En la experiencia de comunicación interpersonal mediada por la tecnología digital, el hecho de compartir y construir el entorno social en que se desarrolla la interacción constituye un proceso comunicativo, donde el intercambio de mensajes se presenta en el marco de representaciones simbólicas elaboradas por los participantes en la interacción (Figura 2), y, por otra, han sido puestos a disposición de los usuarios por el propio medio (Figura 3), que, a su vez, interviene como emisor en la relación comunicativa entre el usuario y la herramienta tecnológica.

Figura 2
Entorno virtual elaborado y compartido por los participantes en la interacción

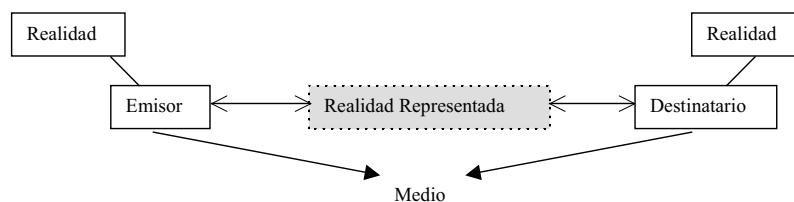
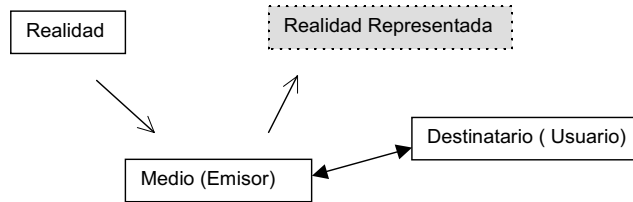


Figura 3
Entorno virtual codificado en el medio



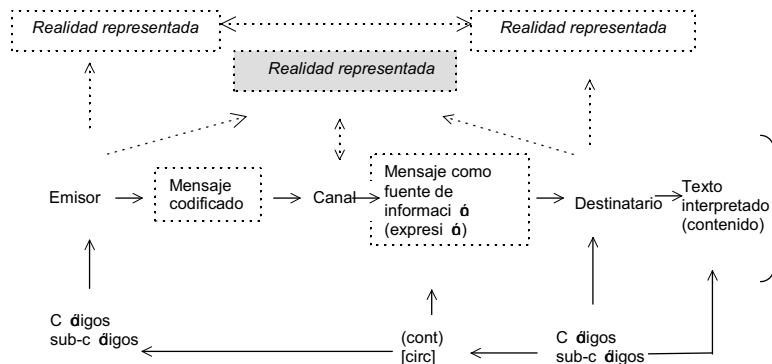
Para la creación del entorno virtual, los usuarios codifican los elementos de la realidad, construyendo una representación, misma que es comunicada a partir de las pautas establecidas por el sistema (chat o e-mail) o por los propios usuarios (el emisor o la comunidad virtual), a través del canal de comunicación que los reúne (el sistema Internet). De esta manera, los usuarios en forma individual y colectiva, construyen y comparten representaciones simbólicas de la realidad a través de los textos que intercambian a través de Internet, sistema que tiene codificado el contexto para la interacción virtual, el cual, a su vez, es una representación de la realidad.

En la elaboración de las representaciones simbólicas de la realidad, los usuarios establecen el acuerdo de participar en un contexto de simulaciones. Este escenario emerge como uno de los espacios de discursividad en la comunicación y cuyo conocimiento mutuo permite la cooperación textual; de tal manera que el conocimiento de los espacios de discursividad es uno de los códigos necesarios para el establecimiento de la interacción virtual (Figura 4).

El proceso de interacción virtual comprende, entonces, dos orientaciones en la construcción del contexto de simulación: el que elaboran el emisor y el destinatario a partir de sus respectivas representaciones de la realidad; y el que expresa el canal de comunicación, mismo que establece los márgenes simbólicos, gráficos y textuales, en que la interacción interpersonal es posible, es decir, la virtualidad en que se desenvuelve la comunicación a través de Internet estaría expresada por un nivel de representaciones individuales, de

naturaleza cambiante de acuerdo con las preferencias de los participantes y, por otra, una virtualidad determinada por el lenguaje precodificado y las alternativas previstas con antelación.

Figura 4
Interacción virtual



c) La interacción textual

Se ha señalado que la configuración tecnológica de los medios digitales determina la superación de la noción de unidireccionalidad en la relación que se establece entre los medios de comunicación colectiva y la audiencia,¹⁶ permitiendo la instauración de una modalidad de comunicación donde el destinatario tiene un *feed back* simultáneo a la emisión y enviado por el mismo canal de transmisión que utilizó el emisor.

En el tipo de interactividad de los medios digitales, el uso activo del medio da lugar no sólo a una relación entre el usuario y el aparato técnico, estableciéndose una analogía con la comunicación entre individuos, como sostienen Bettetini y Colombo (1995:103-176), sino

¹⁶ La relación "interactiva" que se plantea es distinta a la que se promueve desde el ámbito educativo (Orozco, 1990), pues en éste se busca que los destinatarios sean capaces de realizar una decodificación activa de los mensajes emitidos por los medios masivos a partir del análisis de los contenidos y las estrategias discursivas.

que, además, se presenta una comunicación interpersonal donde se supera la barrera de la distancia entre los participantes, y el intercambio se realiza no únicamente con señales codificadas, como ocurre con el telégrafo; de sonidos, como sucede con la comunicación telefónica; de imágenes fijas y en movimiento, como lo permiten las interacciones físicas y los medios audiovisuales, sino que se pueden fusionar todas ellas para elaborar un texto que será una combinación de lenguajes. Sin embargo, hasta el momento, y aun cuando existen las herramientas tecnológicas para construir mensajes con distintos medios a la vez (escrito, audiovisual, sonoro), en el intercambio de textos a través de los sistemas de comunicación interpersonal predomina el medio escrito.

En la comunicación interpersonal a través de Internet los usuarios utilizan, predominantemente, la escritura para la construcción de textos, a lo que se agrega el uso de las interfases de audio y video. Sin embargo, la naturaleza sincrónica o asincrónica de las modalidades de comunicación analizadas es la que determina las características de la estructura que adopta el intercambio de mensajes, estableciéndose sutiles diferencias con los sistemas de comunicación tradicionales más allá de la rapidez de la respuesta y la “simulación comportamental” (Bettetini y Colombo, 1995:164), lo cual lleva a los interlocutores a imitar una conversación directa apoyándose de las herramientas de la interfase gráfica que representan servicios o “extensiones del ser humano” (McLuhan, 1996). Esto es, las conversaciones en línea frente a la comunicación telefónica, y el correo electrónico ante la correspondencia a través del sistema postal.

En las interacciones sociales en línea (chat) de los canales abiertos, más que conversaciones formales, los usuarios del sistema intercambian acciones lingüísticas escritas, cuya estructura, por el gran número de participantes, no siempre es ordenada y coherente, por lo que difícilmente este conjunto de frases en una pantalla puede considerarse estrictamente como una conversación. Sin embargo, de acuerdo con los criterios establecidos por Van Dijk (1992:259) para incluir determinadas interacciones lingüísticas en la categoría de conversaciones, los conjuntos textuales escritos que los participantes intercambian en un “chat” reúnen las condiciones de una conversación cotidiana.

En las comunicaciones interpersonales mediadas por Internet, la estructura conversacional de los textos sólo se presenta en las interacciones a través del “chat” pues en el correo electrónico los usuarios reproducen el proceso de intercambio textual del sistema postal, con la diferencia que en el *e-mail* se admite el intercambio de mensajes de mayor extensión y tiene la propiedad de enlazar a través de la red a otros textos: *estructura hipertextual*.

Conclusiones

La configuración tecnológica de Internet como sistema de interacción interpersonal permite una doble relación comunicativa: entre el usuario y la máquina, y entre usuarios a través de los medios, en un vínculo que va más allá del simple nexo con el sistema; pues la materialización del proceso comunicativo en ambos casos implica la elaboración y lectura de textos, ya sea a partir de opciones potenciales preconfiguradas en el equipo que son decodificadas por un destinatario humano, o bien el intercambio textual entre usuarios de Internet.

En este proceso la interactividad estará dada según las posibilidades predefinidas, donde las elecciones del usuario generan un texto nuevo que determina la comunicabilidad de la relación y que, a su vez, dan origen a un tipo de textualidad que no puede ser considerada como un sistema cerrado de signos por las posibilidades finitas de respuesta, dado que en tal interacción el destinatario participa activamente en el proceso de producción de sentido del texto, que se actualiza en cada intervención de acuerdo con las elecciones entre las posibilidades predefinidas y las unidades culturales del destinatario que autorizan la interpretación.

Si bien el sistema de comunicación interpersonal en Internet responde a algunos patrones de la comunicación *cara a cara*, son los procesos que distinguen a los encuentros mediatizados por la tecnología digital los que definen las características de esta modalidad de comunicación, tales como la construcción de representaciones de la realidad, tanto aquellas que son elaboradas por los interlocutores como las que ofrece el propio medio, y que conforman los espacios de discursividad de la interacción.

El ambiente de virtualidad es construido a partir de la relación comunicativa que el usuario establece con las posibilidades codificadas en el sistema y la relación con otros usuarios.

Adicionalmente, con la elaboración del enunciador modelo se establecen las bases del ambiente de virtualidad en que se desarrolla la comunicación.

Lo vertiginoso de los cambios en materia de telecomunicaciones implica para la investigación comunicativa, como nunca antes, desafíos impostergables: una profunda revisión de las propuestas teóricas en torno a la comunicación mediática y las interacciones interpersonales, que nos entreguen algún tipo de orientación sobre los cambios y/o alteraciones que ha sufrido el escenario comunicativo, desde el concepto de espacio hasta el de interacción. Ello nos permitirá comprender de una manera mucho más integradora lo que ocurre en los procesos perceptivos a partir de los actuales soportes multimediales y aquellos que cada día se incorporan al mercado de las comunicaciones personalizadas, donde *lo virtual* y el intercambio de *conjuntos textuales de naturaleza multimedial* emergen como los escenarios habituales de la comunicación humana.

dkiss@ulagos.cl

Diana M. Kiss de Alejandro. Licenciada en Ciencias de la Comunicación, UPAEP-México, Magíster en Comunicación (Universidad Austral de Chile) y estudios de postgrado en Pedagogía y Gestión Universitaria (Universidad Metropolitana de Ciencias de la Educación, Chile). Especialización en administración y gestión cultural (OEA-CLADEC, Venezuela), académica del área de comunicación en la Universidad de Los Lagos-Chile. Áreas de investigación: teoría de la comunicación, comunicación y educación, educación y nuevas tecnologías, gestión y comunicación cultural.

ecastro@ulagos.cl

Eduardo Castro Ríos. Profesor de Filosofía y Letras, Magister en Filología Hispánica con estudios de doctorado en Ciencias Humanas. Desarrollo académico en las áreas de teoría de la cultura, literatura chilena, comunicación y educación, gestión cultural y gestión universitaria. Ha sido Director de Relaciones Internacionales de su universidad y presidente de la Comisión de Cooperación Internacional del Consejo de Rectores de las Universidades Chilenas. Actualmente es Secretario General de la Red de Universidades Regionales

Latinoamericanas y Director de la Fundación para la Integración y Desarrollo de América Latina.

Recepción: 25 de agosto de 2004

Aprobación: 23 de septiembre de 2004

Bibliografía

- Armañanzas, E. y M., Koldo (1996), *El periodismo electrónico: Información y servicios multimedia en la era del ciberespacio*, Barcelona: Ariel.
- Austerlic, S. (2000), *Las nuevas redes de conversación y su impacto en el medio ambiente humano y social: posibilidades y desafíos*, agosto. Disponible en: <http://www.anie.net.ar>
- Bettetini, G. y F., Colombo (1995), *Las Nuevas Tecnologías de la Comunicación*, Barcelona: Paidós.
- Blake, R. y E., Haraldsen (1977), *Taxonomía de conceptos de comunicación*, México: Nuevaomar.
- Castells, M. (1999), *La era de la información*, 3 vol., México: Siglo XXI.
- Cortázar, F. (1997), "Nuevas tecnologías, interacción y sociabilidad", en Inestrosa S. (comp.), *Diversidad, Tecnología y Comunicación. Una mirada a nuestra América*, México: Felafacs - Universidad Iberoamericana, pp. 165-186.
- De Vecchi, B. (2000), "Nuevas formas de vida, nuevas estructuras de comunicación", en *Hyperpage*, agosto. Disponible en <http://www.kweb.it/hyperpage/biblio1.html>
- Ebneter, T. (1982), *Lingüística Aplicada*, Madrid: Gredos.
- Eco, U. (1981), *Lector in Fábula*, Barcelona: Lumen.
- _____ (1995), *Tratado de Semiótica General*, Buenos Aires: Lumen, 5ª edición.
- FACEA, Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, Universidad de Chile (1999), *Estudio demográfico sobre el comportamiento de los chilenos en Internet*, Santiago: Universidad de Chile.
- Fiske, J. et al. (1995), *Conceptos clave en comunicación y estudios culturales*, Buenos Aires: Amorrortu.
- Ford, A. (1994), *Navegaciones. Comunicación, Cultura y crisis*, Buenos Aires: Amorrortu.
- Fuentes, R. y F., Hernández (2000), *Exploraciones teórico-metodológicas para la investigación sociocultural de los usos de Internet*, Ponencia presentada al V Congreso de la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación. Santiago: Universidad Diego Portales.
- Fuzellier, E. (1965), *La langage radiophonique*, París: Institut des Hautes Etudes Cinématographiques.
- Gutiérrez, F. y O., Islas (1999), Internet en cifras, *Razón y Palabra*, 14, mayo-julio. Recuperado el 26 de octubre de 2000 de: <http://www.cem.itesm.mx/dacs/publicaciones/logos/anteriores>
- Joyanes, L. (1997), *Cibersociedad: Los retos sociales ante un nuevo mundo digital*, Madrid: McGraw-Hill Interamericana.

- Landow, G. (1995), *Hipertexto: La convergencia de la teoría crítica contemporánea y la tecnología*, Barcelona: Paidós.
- Levy, P. (1994), *La inteligencia colectiva. Para una antropología del ciberespacio*, París: La Decouverte.
- _____ (2001), *Tecnologías, intelectuales y modos de conocer*, enero. Disponible en: <http://www.portoweb.com.br/PierreLevy/nossomos.htm>
- Maletzke, C. (1976), *Psicología de la Comunicación Social*, Quito: Ciespal.
- Marcellesi, J. P. y B., Gardin (1974), *Introducción a la sociolingüística*, Madrid: Gredos.
- McLuhan, M. (1969), *Contraexplosión*, Buenos Aires: Paidós.
- _____ (1996), *Comprender los medios de comunicación*, Barcelona: Paidós.
- Miller, G. (1986), "Ritos, roles, reglas y relaciones: ubicación de la persona dentro de la comunicación interpersonal", en Fernández, C. y D., Gordon (eds.), *La Comunicación Humana, Ciencia Social*, México: McGraw-Hill, pp. 27-68.
- Moragas, M. (1993), "Transformación Tecnológica y tipología de los medios. Importancia política de la noción de ámbito comunicativo", en Moragas, M. (ed.), *Sociología de la Comunicación de Masas. Nuevos problemas y transformación tecnológica*, Barcelona: Gustavo Gili, pp. 11-33.
- _____ (2000), *La Internet com a metàfora del canvi cultural*, octubre. Disponible en: <http://www.blues.uab.es/incom/recerca/informe-tic>
- Negroponte, N. (1995), *Ser Digital*, Buenos Aires: Atlántida.
- Orozco, G. y Charles, M. (1990), *Educación para la Recepción*, México: Trillas.
- O'Sullivan, T. et al. (1995), *Conceptos clave en comunicación y estudios culturales*, Buenos Aires: Amorrortu.
- Peeters, H. y Charlier, P. (2000), *Para una Semio-pragmática de los hipertextos multimedia: propuesta teórica de categorías de análisis pertinente*, agosto. Disponible en: <http://www.comu.ucl.ac.be/grems/hugoweb/semhptxt.html>
- Pineda, M. (1997), *Sociedad de la información, nuevas tecnologías y medios masivos*, Maracaibo: Ediluz.
- Piscitelli, A. (1995), *Ciberculturas*, Buenos Aires: Paidós.
- Quéau, P. (1995), *Lo Virtual*, Barcelona: Paidós.
- Rivano, E. (s/f), *Estructuras del Diálogo*, Concepción: Universidad de Concepción.
- Rodrigo, M. (1995), *Los Modelos de la Comunicación*, Madrid: Tecnos, 2ª edición.
- Saperas, E. (1986), "Comunicación y participación utópica. Contribuciones de la teoría crítica de la Escuela de Frankfurt a la Sociología de la Comunicación", en Moragas, M. (ed.), *Sociología de la Comunicación de Masas*, Barcelona: Gustavo Gili, 2ª ed., pp. 163-178.
- Saunders, D. et al. (1995), *Conceptos clave en comunicación y estudios culturales*, Buenos Aires: Amorrortu.
- Stogdill, R. M. (1948), "Personal factors associated with leadership: A survey of the literature", en *Journal of Psychology*, vol. 25, 35-71.
- Trejo, R. (1998), *La nueva alfombra mágica. Usos y mitos de Internet, la red de redes*, México: Diana.
- Van Dijk, T. (1992), *La Ciencia del Texto*, Barcelona: Paidós.
- Watzlawick, P. et al. (1995), *Teoría de la Comunicación Humana*, Barcelona: Herder.