



PSICOLOGÍA Y SOCIEDAD: SIGLO XXI, COMPETENCIAS RELACIONALES

PSYCHOLOGY AND INTERNET. NEW FORMED COMMUNICATIVE

Marta Fuentes Agustí

Universidad Autónoma de Barcelona

There is no doubt about the importance of interpersonal relationships throughout the life cycle and how these relationships have changed in the 21st century due to the advancement of Information and Communication Technologies.

In this paper author intend to show some of Internet's contributions as a promoter of communication beyond time and space and how these new communication forms (that are in an emerging process) are a decisive factor in personal, educational and social development nowadays.

Key words: Psychology, Information Technologies and the Communication (ITC), Internet, interpersonal relations, Communicative competencies.

<http://www.infad.eu/congreso/comunicaciones.asp>

Nadie puede dudar de la importancia de las relaciones interpersonales a lo largo del ciclo vital y como estas relaciones han cambiado en el siglo XXI con el avance de las Tecnologías de la Información y la Comunicación. En esta comunicación pretendemos mostrar algunas de las aportaciones de la red de Internet como promovedora de la comunicación más allá del tiempo y el espacio, y como estas nuevas formas comunicativas que se encuentran en fase emergente son un factor determinante en el desarrollo personal, educativo y social de nuestro tiempo.

PALABRAS CLAVE: Psicología, Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC), Internet, Relaciones interpersonales, Competencias comunicativas.

INTRODUCCIÓN

Varias investigaciones (Kraut et al., 1998; McKenna y Bargh, 2000, AIMC, 2006) ponen de manifiesto que Internet se ha convertido en el principal espacio de interacción social y que el uso más frecuente de Internet en el hogar es el de establecer comunicación interpersonal. Los ciudadanos tienden a conectarse a la red de Internet para relacionarse con otras personas o con el deseo de pertenecer a grupos con los que se comparten intereses.

El avance de las TIC y su incorporación en la vida cotidiana propicia nuevos escenarios que se concretan en nuevos modelos de relaciones sociales basados en una sociedad en red (comunicaciones virtuales), nuevos entornos laborales y maneras de organizar el trabajo (interconexión entre departamentos, proveedores y clientes, flexibilidad horaria, descentralización, etc.), nuevas maneras de acceder a los servicios (e-salud, e-trabajo, e-formación, e-democracia, e-administración, e-ciudadanía, e-compra, e-



PSYCHOLOGY AND INTERNET. NEW FORMED COMMUNICATIVE

ocio, e-información) y nuevas maneras de acceder a la educación (enseñanza bimodal y enseñanza virtual) (Fuentes y Hernández, 2006).

Estos escenarios y modelos comunicativos propician la necesidad de nuevas capacidades comunicativas y informacionales, de trabajo en grupo, de participación y de colaboración (Monereo y Pozo, 2001, Perrenoud, 2004, Fuentes, 2007), de habilidades relativas a la selección, comprensión, organización, evaluación y comunicación de la información mediante la red de Internet deben introducirse en los currículos escolares (Gómez-Hernández y Pasadas, 2007).

Internet nos acerca a nuevos retos en la sociedad del siglo XXI, entre ellos debemos resaltar la adquisición de la competencia relacional en la red de Internet vinculada a los nuevos formatos comunicativos. En Internet se pueden reproducir situaciones comunicativas conocidas, situaciones que se apoyan en competencias previas similares y situaciones que requieren de nuevas competencias. Para poder identificar las competencias relacionales en las comunicaciones en la red de Internet hemos de conocer sus características, rasgos, formatos y modalidades, así como los condicionantes que pueden incidir en su desarrollo.

LA COMUNICACIÓN EN LA RED DE INTERNET

Internet ha generado un nuevo escenario comunicativo dinámico y flexible. El uso comunicativo que podemos dar a la red de Internet es diverso, desde establecer contacto con los profesores (en un entorno de enseñanza y aprendizaje como puede ser un aula virtual o mediante el correo electrónico) a relacionarnos con los amigos (chateando, participando en su *blog*, dándonos de alta del *Facebook*, intercambiando mensajes ya sea a través del ordenador, el móvil o ..., etc.).

El abanico de posibilidades (y con ello de dispositivos y recursos a utilizar) es amplio al igual que lo son sus finalidades y formas. En cuanto a las finalidades comunicativas en el uso de la red de Internet podemos resaltar las sociales, educativas, laborales, informativas, lúdicas, publicitarias, administrativas, de gestión del conocimiento, académicas, de investigación. Y en cuanto a los formatos comunicativos podemos citar distintas aplicaciones y soportes tecnológicos que se encuentran la mayoría de ellos en fase emergente y cambiante a la espera de la evolución de las TIC. En la actualidad podemos hablar del correo electrónico, los chats, la mensajería instantánea, los foros, las listas de distribución, los blogs, los entornos de trabajo colaborativo, etc. Cada uno de ellos determina unos rasgos propios y caracterizan distintas modalidades comunicativas (apartado 2.2.).

2.1. Características de la comunicación y las relaciones establecidas en la red de Internet

En Internet la comunicación tradicional sufre algunos cambios caracterizados por la *diversidad de tipos de comunicación y sistemas simbólicos* que rodean el acto comunicativo. Fotografías, gráficos, texto, audio, vídeo se mezclan para ofrecer representaciones simultáneas de la realidad abiertas a multitud de interpretaciones. Interacciones y conversaciones que de manera instantánea, poco predecible e inestable llegan fácilmente a un amplio sector de la población de manera instantánea y ayudan al desarrollo de la *pluriculturalidad* mediante interacciones interculturales y a la construcción, consciente o no, de la identidad personal y de la *identidad electrónica* abierta a la interacción con otras identidades de las que se tiende a ignorar su procedencia cultural o geográfica.

En este entorno niños y jóvenes se expresan con absoluta comodidad, de manera intuitiva y natural. Al parecer la motivación se encuentra asegurada tanto por su atractivo como por estar de moda. En edades más avanzadas las exigencias sociales y laborales obligan a superar el temor al no saber o al error. En ambos casos las competencias comunicativas y relacionales adquieren gran importancia.

Retomando el factor motivacional también se debe aludir a la *simplificación y atajo para conocer a alguien* que significa para algunos el hecho de poderse comunicar a través de Internet. Para iniciar una conversación en este medio no es necesario conocer al otro, se conoce al momento. Resulta sencillo ampliar las relaciones con nuevas personas; encontrar comunidades virtuales con afinidades sociales, intereses comunes, etc.; manifestar o poner a prueba aspectos nuevos de la personalidad; reconstruir



PSICOLOGÍA Y SOCIEDAD: SIGLO XXI, COMPETENCIAS RELACIONALES

la propia identidad sin que cause afecto alguno a la vida diaria; reducir la ansiedad que algunas personas sufren al tener que hablar cara a cara con desconocidos así como el tiempo y el esfuerzo que les supone (Lea y Spears, 1995).

Con el tipo de vida que se lleva, generalmente agitado, la rapidez comunicativa es otro factor que motiva el uso de la red de Internet. En cualquier momento (las 24 horas del día) y lugar (en la mesa, en el tren, en el despacho, etc.) se puede enviar un correo electrónico, un comentario a un blog, iniciar un chat, mejorar la web personal, localizar una dirección personal, darse de alta de una comunidad virtual, etc.

Además de las características citadas, la posibilidad de comunicarse y relacionarse a través de Internet propicia la disponibilidad del tiempo de un modo síncrono o asíncrono, el distanciamiento físico, el anonimato y la ausencia de señales verbales (McKenna, Green y Gleason, 2002).

La frontera temporal deja de tener importancia en tanto que a través de la red de Internet se pueden establecer *comunicaciones síncronas y asíncronas*. En el primer caso, tenemos por ejemplo la telefonía y el Chat, mientras que para el segundo caso (comunicación a-temporal) se dispone, por ejemplo, de aplicaciones como el correo electrónico, los foros, los debates y los blogs. Esta segunda opción es la que más abunda y posibilita una comunicación de mayor calidad o como mínimo permite la reflexión al disponer de un tiempo racional de respuesta y elaboración de los mensajes. Pero al mismo tiempo crea la posibilidad de un corte o discontinuidad comunicativa.

La frontera espacial, también, desaparece en la red de Internet donde la *distancia física* carece de importancia e incluso, en ocasiones, se desconoce. El medio permite comunicarse con otras personas o instancias situadas en cualquier parte del mundo con solo disponer de los dispositivos tecnológicos necesarios. Pero esta falta de determinación del distanciamiento físico no impide que los interlocutores expresen y experimenten sentimientos de afinidad y cercanía similares a los que se perciben con las personas que interaccionan físicamente y se sientan familiarizados como para llegar a establecer relaciones personales más o menos íntimas.

Al respecto podemos aludir al estudio de F. Moral y decir que “en lo que atañe a la empatía, la importancia de la opinión del otro, la sinceridad, el respeto y la fidelidad, pueden estar en igual medida o más presentes en las relaciones en la Red.” (Moral, 2005, p.150)

A pesar que en Internet existe la comunicación verbal no presencial con todos sus pros y contras abunda la comunicación textual y la comunicación multimedial (con incorporación de imágenes, audio o vídeo).

La tendencia a una *comunicación no verbal* hace que los acompañamientos lingüísticos de las palabras -tales como que como la kineisa (movimiento corporal: postura, gestos, expresión facial, mirada), la paralingüística (uso de la voz: volumen, entonación, ritmo de velocidad, pausas, énfasis y vacilaciones) y la próxemia (uso del espacio: distancia, demarcación del territorio, límites físicos)- y su significación desaparezcan. Esta ausencia priva de una importante fuente de datos e información, al mismo tiempo que se vale de un nuevo lenguaje simbólico o gráfico con señales textuales tales como los smilies o emoticones y de extracciones y procesamientos de la información social contenida en los mensajes.

Esta situación es la doble cara de una misma moneda, para algunos significa una pérdida importante en el desarrollo de la comunicación, la impersonalidad y la falta de orientación a la tarea, mientras que para otros un mayor grado de comunicación socio-emocional.

El *anonimato* es otra de las características de la comunicación en Internet. Para algunos el anonimato significa la oportunidad para expresar ideas y problemas en torno un tema y contribuye a aumentar la autoestima y ampliar el círculo social. Pero para otros es un atractivo para conductas antisociales, mediante el uso de falacias o expresiones hostiles y agresivas que generan un comportamiento negativo enmascarado al no ser identificados sus autores u ocultados con un apodo.

Ante estas premisas y las especificidades de cada uno de los formatos comunicativos de la red, podemos analizar la comunicación y relaciones a través de Internet mediante las cinco dimensiones que se recogen en la tabla 1.



PSYCHOLOGY AND INTERNET. NEW FORMED COMMUNICATIVE

Dimensión	Especificidad/características	Características afectadas
Temporal	Comunicación síncrona (tiempo real) Comunicación asíncrona (tiempo diferido)	Breveedad Rapidez de intercambios Testos elaborados Intercambios discontinuos
Social	Ámbito público Ámbito privado	Tono Grado de familiaridad
Difusión	Alcance único (un solo destinatario) Alcance colectivo (múltiples destinatarios)	Uso de las conversiones lingüísticas Formalidad Cantidad de intercambios
Dirección	Unidireccional (recurso informativo) Multidireccional (participación activa)	Finalidad Participación Consulta Interactividad
Identificación	a. Firma (identificación de la autoría) b. Anonimato (ocultar la identificación)	Identidad Fiabilidad y credibilidad Conducta Expresión y creatividad

Tabla 1. Dimensiones para el análisis de la comunicación en la red de Internet

A estas características se le añaden especificidades según la finalidad comunicativa y el uso de una u otra aplicación. Entendemos por aplicación los distintos formatos o servicios que ofrece Internet para comunicarse y relacionarse con los demás (tabla 2).

2.2. Rasgos, modalidades y formatos comunicativos en Internet

En Internet los formatos comunicativos son muy diversos y generalmente se relacionan con situaciones que van unidas a aplicativos de uso intuitivo y rápida expansión social. Véase en la tabla que sigue algunos de ellos junto con algunas de sus especificidades.



PSICOLOGÍA Y SOCIEDAD: SIGLO XXI, COMPETENCIAS RELACIONALES

Aplicación	Implica ...
Correo electrónico	<ul style="list-style-type: none">- Comunicación privada diferida- Uso de las convenciones de la lengua escrita- Un grado de formalidad adecuado (emisor-receptor)- Reflexión (elaboración del texto)- A veces discontinuidad
Conversaciones en línea (<i>chat</i>)	<ul style="list-style-type: none">- Simultaneidad (sincronía)- Cercanía al lenguaje oral (tono coloquial)- Brevedad (poca elaboración del texto y uso de formas abreviadas)- Generalmente, múltiples destinatarios- Rapidez de intercambios y habitualmente desorden en los turnos de habla
Juegos interactivos	<ul style="list-style-type: none">- Un importante componente lúdico- Seguir escrupulosamente unas reglas pre-establecidas de acceso y comportamiento- Conocer usuarios de otras ciudades y países- Generalmente, múltiples destinatarios
Espacios de comunicación colaborativa	<ul style="list-style-type: none">- Comunicación diferida- Uso de las convenciones de la lengua escrita- Un grado de formalidad adecuado (emisor-receptor)- Producciones y representaciones contextualizadas- Diversidad de modalidades comunicativas- Generación de conocimiento- En algunos casos, exige fidelidad y compromiso individual y/o grupal

Tabla 2. Rasgos, modalidades y formatos comunicativos en Internet.

El **correo electrónico** a pesar de tener entidad propia en ocasiones ha pasado a ser el substituto del correo ordinario o incluso de las llamadas telefónicas para contactar con amigos y familiares. Propicia la comunicación privada a uno o varios destinatarios diferida en el tiempo y con finalidades muy diversas que implican usar un grado de formalidad adecuado (emisor-receptor) y matizado por unos objetivos concretos. Al ser asincrónico permite cogerse tiempo para la reflexión y comprensión por lo que el discurso tiende a ser elaborado. Este tiende a ser textual y usar las convenciones de la lengua escrita pero también admite otros formatos como la imagen, el audio, el vídeo o la combinación de ellos llegando a poder incrustar recursos multimedia muy elaborados.

La facilidad de localizar direcciones y encontrar posibles destinatarios sin previo conocimiento personal o virtual de ellos crea a veces discontinuidad en el tiempo o incluso interrupciones comunicativas (discursos sin respuesta). Al mismo tiempo que se reciben mensajes por error con la lectura de mensajes destinados a otros, se crean cadenas de mensajes sin sentido, publicitarios, etc.



PSYCHOLOGY AND INTERNET. NEW FORMED COMMUNICATIVE

Las **conversaciones en línea, conocidas como chats**, implican necesariamente coincidir en el tiempo ya sea por haber pactado un horario de conexión o por coincidir “casualmente” en estar usando la red al mismo tiempo (con lo que resulta útil el avisador de conexión). Su cercanía al lenguaje oral propicia el uso de un tono coloquial diversificado por el grado de familiaridad con los destinatarios y la situación que se va generando con el historial de chateos que se va acumulando.

Una tercera característica de los *chats* podría ser la brevedad de tiempo que se dispone para dar respuesta. Hecho que se relaciona con respuestas prematuras, poca elaboración del texto, uso de formas abreviadas, adaptaciones de la ortografía, etc. La rapidez de intercambios causa habitualmente desorden en los turnos de habla influenciados por las velocidades de acceso, los ritmos de lectura y de respuesta, la reflexión implícita, la familiaridad con el entorno, etc.

El número de destinatarios así como su elección es muy variado y si lo relacionados con el tiempo de conexión de cada uno de los participantes obtenemos conversaciones inacabadas, conversaciones paralelas ya sea del mismo tema o temas diversos con los mismos destinatarios o incluso con destinatarios diversificados y todo ello en un mismo espacio y con la posibilidad de leerlo al momento o en diferido si se guarda la conversación.

Los **juegos interactivos** además de su componente eminentemente lúdico también tienen un fuerte componente relacional. En su realidad virtual los participantes crean una red de contactos alrededor del mundo que pueden quedarse en el ámbito lúdico generando relaciones comunicativas muy específicas o extrapolando las fronteras. Los jugadores situados en distintas ciudades y países siguen escrupulosamente unas reglas pre-establecidas de acceso y comportamiento con la posibilidad de situarse en un entorno privado o público con uno o múltiples destinatarios.

Los **espacios de comunicación colaborativa** permiten el desarrollo de proyectos en grupo, la gestión del conocimiento de manera compartida, la escritura conjunta, etc. mediante la creación de espacios virtuales con herramientas o recursos específicos como pueden ser los foros, los espacios de debate, las salas de reuniones, los chats, las carpetas o discos compartidos, las agendas conjuntas sincronizadas, las mensajerías instantáneas, los marcadores sociales, las listas de distribución, los espacios creados para el trabajo en grupo, los entornos laborales, los wiki, blogs, etc. o aplicaciones como *NoteShare*, *JotSpot* o *Near-Time*.

Estos espacios se caracterizan por una comunicación diferida que implica el uso de las convenciones de la lengua escrita y un grado de formalidad adecuado a la situación comunicativa (emisor-receptor) con el objetivo final de compartir información y generar conocimiento. Sus producciones y representaciones van muy unidas al contexto de comunicación creando una gran diversidad de modalidades comunicativas con rasgos muy específicos, como por ejemplo la combinación de textos simples o complejos dentro del mismo género.

En función del aplicativo y el uso que se le da la participación puede ser privada o pública con participantes esporádicos, temporales o fijos que se les da libertad para ir y venir o que se les exige cierta fidelidad y compromiso individual y/o grupal.

Al lado de estas comunicaciones tenemos los **entornos específicos de enseñanza y aprendizaje** y la **educación virtual** cuando la actividad formativa se realiza totalmente o en parte a través de Internet se trasforman las interacciones entre los tres elementos que conforman el triángulo interactivo o didáctico (aprendices, maestros y contenidos), se asumen nuevos roles (pedagógicos, sociales, técnicos, de organización y gestión curricular, codificación) y relaciones de interdependencia (Coll y Monereo, 2008).

Estos formatos comunicativos nos remiten, en algunos casos, a la redefinición de las competencias comunicativas (por ejemplo la escritura de un hipertexto o la lectura en línea).



PSICOLOGÍA Y SOCIEDAD: SIGLO XXI, COMPETENCIAS RELACIONALES

FACTORES Y PROCESOS PSICOLÓGICOS IMPLICADOS EN LA COMUNICACIÓN EN LA RED DE INTERNET

Si bien en el apartado anterior hemos aludido a la evolución de los medios tecnológicos y al uso de Internet con fines comunicativos completamente distintos que conllevan a modos relacionales diversos. Ahora pretendemos resaltar que las características que nos definen como individuo independientes y autónomos (edad, sexo, experiencias, conocimientos, , etc.) influye también directamente en los modos comunicativos existentes en la red de Internet. Y para poner un ejemplo diremos que si comparamos el uso de un *blog* realizado por un estudiante de primaria, por un adolescente y por un adulto observamos que se diversifica tanto por los *contenidos* (temas a tratar: en el primer caso tienden a estar relacionados con la escuela y sus demandas o compartidos con la familia, en el segundo caso abunda el uso para el hobbie, la presentación y las relaciones con los amigos o los nuevos conocidos, y, en el tercer caso, se intensifica el uso formal del blog con aportaciones más profesionales do de profundidad en un determinado ocio), como en la *forma* (uso de expresiones simples con la necesidad en ocasiones de ser revisadas por terceras personas antes de su publicación por el nivel de desarrollo y competencias lingüísticas relacionado con la corta edad del sujeto, el uso juvenil de un nuevo lenguaje con *emoticones*, adaptaciones inverosímiles de la ortografía, manejo de los tiempos de conexión y de respuesta, etc.), el *valor* de la comunicación y sus *finalidades* (sociales, educativas, laborales, informativas, lúdicas, de gestión del conocimiento, publicitarias, administrativas, académicas, de investigación) con repercusiones en el espacio y horario en que es consultado y respondido, el grado de participación generado y su relevancia, la motivación intrínseca y extrínseca, etc.

3.1. Infraestructura, didáctica y relaciones interpersonales

Hay ciertas situaciones y factores de riesgo que tienden a dificultar el *acceso a infraestructuras tecnológicas* o a propiciar una *deficiente capacitación digital* que influye, también, directamente en los modos comunicativos y pueden dar lugar a un tipo de exclusión social que empezó a conocerse como *brecha digital*. Aún conociendo estas situaciones y factores de riesgo los colectivos afectados tienden a no ser conscientes de que su escenario puede mejorar en la medida que avance su alfabetización digital. Tienen como referente su escenario y no ven nuevas expectativas y posibles mejoras en sus condiciones de vida (Ortoll, 2005).

La introducción masiva de las comunicaciones y relaciones sociales a través de la red ha fomentando un importante cambio generacional (Winocur, 2006) donde nativos digitales (adolescentes que participan prácticamente desde el nacimiento en prácticas intermediadas por las TIC) y emigrantes tecnológicos (personas nacidas en el siglo XX que han realizado una transición a una tecnología nueva o forastera para ellos con la finalidad de mantenerse en consonancia con la sociedad actual) deben entenderse y relacionarse dentro y fuera de las pantallas. A la dificultad de acceder a la red (por la infraestructura o capacidad digital necesaria) cabe añadir la *brecha generacional* y su incidencia en las relaciones con las personas de mayor edad. A pesar que el uso de Internet como red social se ha extendido a todas las edades y contextos aún persiste un sector importante de la población que lo desconoce por completo o en gran parte.

El auge de las relaciones interpersonales en línea ha propiciado, también, el fenómeno de la denominada *brecha socio-cognitiva* que amplia la conocida *brecha digital* y va más allá del coste económico (adquisición y actualización de dispositivos tecnológicos) y didáctico (saber usar sus aplicaciones, saber ser y estar en la red) que supone conectarse a Internet (Fuentes y Hernández (2006) y se diferencia de la *brecha generacional* citada en el párrafo anterior en el sentido que las tecnologías de la información y la comunicación han empezado a crear una separación entre la manera en que piensa y se relacionan con el mundo las personas que hacen un uso esporádico o circunstancial de las redes sociales de Internet, y aquellas otras en cuyas actividades cotidianas es difícil no encontrar siempre adherido algún dispositivo tecnológico sin cuya participación la actividad sería distinta.



PSYCHOLOGY AND INTERNET. NEW FORMED COMMUNICATIVE

En el *ámbito educativo* (Coll y Martí, 2001), y sin entrar en la enseñanza y aprendizaje en entornos virtuales, también podemos hablar de una brecha digital si lo asociamos al uso masivo o minoritario que se hace de la comunicación a través de Internet para acercar los contenidos curriculares a los alumnos (Marqués, 1999) y complementar los discursos y actividades cotidianos con el soporte de debates virtuales, entrevistas en línea a expertos, video-conferencias sincrónicas interactivas, etc. (CITA, 2009).

3.2. La lectura y la escritura en Internet

Los nuevos formatos comunicativos implica la incorporación de nuevos alfabetismos (Leu y Kinzer, 2000) y una actitud crítica al leer o escribir (Burbules, 1998). La lectura en línea, por ejemplo, tiene ciertas especificidades que la diferencian de la lectura convencional (Rodríguez Illera, 2003) y hace que se requieran capacidades de decodificación multimedia y hipertextual.

La comunicación mediante Internet potencia el uso del lenguaje escrito convencional al mismo tiempo que este se ha visto ampliado por una multitud de tipologías textuales (por ejemplo, el texto no lineal o hipertexto) y escenarios (contexto único, escritura colaborativa, publicación personal). En el momento de elaborar un texto escrito para ser enviado o publicado a través de la red de Internet se usan aplicaciones o programas informáticos que permiten revisar, a veces con poca exactitud o fiabilidad, el texto (por ejemplo, la ortografía y la gramática) y mejorar su formato (maquetado final y estilos que pueden llegar a distraer la escritura misma y la expresión de ideas) e incluso incorporan ciertos componentes para el versionado de documentos como por ejemplo marcar en color las revisiones y consolidar determinados cambios, crear comentarios, etc. o para la escritura simultánea al combinarse los procesadores de textos con otras aplicaciones como por ejemplo del *Googledocs* o *ThinkFree*. Con estos componentes se facilita la creación de *textos colaborativos*.

A estas aplicaciones podemos añadir las que permiten una *escritura colaborativa diferida* como es el caso de los *wiki*. Los *wiki* permiten, sin la necesidad de conocer un lenguaje específico de edición de *web*, editar la información y añadir, matizar, complementar, cambiar o quitar lo que se considere pertinente con la posibilidad de revisar el proceso histórico de elaboración del texto.

3.3. Incidencia de la comunicación virtual en la representación personal

Algunos estudios muestran como el uso comunicativo de Internet ejerce un *papel mediador positivo*. En este sentido, Trukle (1997) postula que los participantes en grupos virtuales de discusión incrementan la autoaceptación personal y autoestima, y McKenna y Bargh (1998) evidencian que esta participación disminuye sentimientos de aislamiento y alejamiento, además de contribuir a una mayor apertura y, en algunos casos, revelación fuera del entorno virtual de ciertas intimidades e identidades personales ocultas hasta el momento (posturas ideológicas, sexuales, etc.).

Otros estudios analizan la repercusión de estas relaciones, no tanto en la exteriorización y apertura de la propia identidad sino en la construcción de la propia identidad o de identidades que pueden convivir con identidades ficticias (Carrasco y Escribano, 2004). Es decir, identidades que solo existen dentro de Internet.

La frecuente interacción con otras personas a través de la red de Internet puede llegar a generar cambios en la *representación personal* y en la creación de una o varias *identidades virtuales* (Gálvez y Tirado, 2006) pudiendo llegar a adoptarse vidas paralelas en la red, con un rol bien delimitado y unos propósitos y acciones que se inician, desarrollan y finalizan en el interior de la propia red. Esta personalidad autoreferencial sin vínculo con la realidad puede causar desordenes derivados de una doble vida, en y fuera de la red (Maldonado, 1998).

La identificación e identidad en Internet es producto de la interacción y, en la mayoría de los casos, obedece a producciones y representaciones conjuntas contextualizadas en una situación o momento determinado. El aquí y ahora adquiere importancia en tanto que determinan la presentación y posición mediante la atribución de determinadas funciones, actitudes, poderes y estatus (Davies y Harré, 1990).

Los rasgos externos de los mensajes (dirección de correo electrónico, URL de la página personal, uso adecuado del lenguaje de la comunidad, tono, firma, etc.) (Donath, 2003) junto con las condicio-



PSICOLOGÍA Y SOCIEDAD: SIGLO XXI, COMPETENCIAS RELACIONALES

nes tecnológicas y contextuales (posibilidades de conexión, tiempo disponible, etc.) determinan y crean la identidad en Internet condicionando las comunicación y relaciones que emergen.

A modo de conclusión ...

Internet resulta ser un medio comunicativo por excelencia y, consecuentemente, promueve el estudio de la incidencia de sus características, rasgos, modalidades y formatos desde el punto de vista evolutivo y educativo.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS CITADAS

- AIMC (2006). Asociación para la Investigación de los Medios de Comunicación. *Navegantes en la Red. Octava encuesta a usuarios de Internet*. Recuperado de Internet, 20 de mayo de 2006: www.aimc.es.
- Burbules, N. (1998). "Rhetoric's on the web: hyperreading and critical literacy". En: I. Snyder (coord.). *Page to screen: taking literacy into the electronic era*. 102-122. Londres: Routledge.
- Carrasco, I. y escribano, P. (2004). La construcción identitaria y las nuevas tecnologías a distancia: aprender a vivir en la pantalla. En línea: [http://www.cica.es/aliens/gittcus/Identidad%20\(Alumnas\).doc](http://www.cica.es/aliens/gittcus/Identidad%20(Alumnas).doc)
- CITA, Centro Internacional de Tecnologías Avanzadas (2009) 'Videoconferencias ConCiencia', una innovadora propuesta educativa de las nuevas tecnologías. Peñaranda de Bracamonte. Salamanca: Fundación Germán Sánchez Ruipérez. En línea en http://www.fundaciongsr.es/cita/activos/texto/wfgsr_repos_0052_0686.pdf [<http://www.fundaciongsr.es/cita/>]
- Coll, C. y Martí, E. (2001). La educación escolar ante las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación. En C. Coll, J. Palacios y A. Marchesi (coords.) *Desarrollo psicológico de la educación. Vol. 2. Psicología de la educación escolar*, 623-652. Madrid: Alianza.
- Coll, C. y Monereo, C. (coord.) (2008) *psicología de la educación virtual*. Madrid: Morata.
- Davies, B. y Harré, R. (1990). Positioning: the discursive production of selves. *Journal for the theory of Social Behaviour*, 20, 43-63.
- Donath, J. (2003). Identidad y engaño en la comunidad virtual, En M. A. Simita y P. Kollock (coord.). *Comunidades en el ciberespacio*. 51-88. Barcelona: UOC.
- Fuentes, M. y Hernández, M. J. (2006). *Prácticas educativas para favorecer la alfabetización en la sociedad actual. Cómo aprender a ser competente en la búsqueda de información en Internet*. II Congreso internacional de Alfabetización Tecnológica. Badajoz: noviembre 2006.
- Fuentes, M. (2007). Aprender con Internet y las competencias básicas. *Aula de innovación educativa*, 165, 41-45.
- Gálvez, A. M. y Triado, C. (2006). *Sociabilidad en Pantalla. Un estudio de la interacción en los entornos virtuales*. Barcelona: UOC.
- Gómez-Hernandez, J. A. y Pasadas, C. (2007) *la alfabetización informacional en bibliotecas públicas, Situación actual y propuestas para una agenda de desarrollo*. Consultado 02-02-09 en <http://informationr.net/ir/12-3/paper316.html>
- Kraut, R., Patterson, M., Lundmark, V., Kiesler, S., Mukopadhyay, T., y Scherlis, W. (1998). Internet paradox: A social technology that reduces social involvement and psychological well-being? *American Psychologist*, 53, 1017-1031.
- Lea, M. y Spears, R. (1995). Love at first byte? Building personal relationships over computer networks. En J. T. Wood y S. Duck (Coord.). *Under-studied relationships: Off the beaten track*, 197-233. Beverly Hills: Sage.
- Leu, D. J. Jr. y Kinzer, C. K. (2000). "The convergence of literacy instruction with networked Technologies for information and communication". *Reading Research Quarterly*, 35 (1), 108-127.
- Maldonado, T. (1998). *Critica de la raxón informática*. Barcelona: Paidós.
- Marqués, P. (1999). Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) aplicadas a la educación:



PSYCHOLOGY AND INTERNET. NEW FORMED COMMUNICATIVE

- Algunas de sus líneas de investigación. *Educar*, 25, 175-202
- McKenna, K. y Bargh, J. A. (2000). Plan 9 from cyberspace: The implications of the Internet for personality and social psychology. *Personality and Social Psychology Review*, 4, 57-75.
- McKenna, K. A, Green, A. S., y Gleason, M. J. (2002). Relationship formation on the Internet: What's the big attraction? *Journal of Social Issues*, 58, 9-32.
- Monereo, C. y Pozo, J. I. ((coord.) (2001). Tema del mes: Competencias para sobrevivir en el siglo XXI. *Cuadernos de Pedagogía*, 298.
- Monereo, C. (Coord.). (2005). *Internet y competencias básicas*. Barcelona: Graó.
- Moral, F. e Igartua, J. (2005). *Psicología Social de la Comunicación*. Aljige: Málaga.
- Ortoll, E. (2005). *Alfabetització i exclusió social*. Barcelona: UOC.
- Perrenoud, Ph. (2004) *Diez nuevas competencias para enseñar*. Barcelona: Graó.
- Rodríguez Illera, J. L. (2003)."La lectura electrónica". *Cultura y Educación*, 15 (3), 225-237
- Turkle, S. (1997). La vida en la pantalla. *La construcción de la identidad en la era de Internet*. Barcelona: Paidós.
- Winocur, R. (2006). Internet en la vida cotidiana de los jóvenes. *Revista mexicana de sociología* (68), 3, 551-580.

NOTA

¹ Miembro del grupo de investigación SINTE – Seminario Interuniversitario sobre Estrategias de enseñanza y aprendizaje. Grupo consolidado reconocido por AGAUR. Resolución del DOG 18 de octubre de 2005. Expediente: 00819. Coord. Carles Monereo Font.

Fecha de recepción: 28 febrero 2009

Fecha de admisión: 19 marzo 2009