

LOS PROCESOS DE LA COMUNICACIÓN INTERPERSONAL EN INTERNET

Diana M. Kiss de Alejandro

Magister en Comunicación

Universidad de Los Lagos, Osorno-Chile

Resumen

La investigación analiza los mecanismos que operan en el intercambio textual interpersonal a través de Internet, como son los procesos de construcción del contexto de interacción, la elaboración del sujeto de la enunciación y el *diálogo* virtual; elementos que distinguen a la comunicación interpersonal mediatizada por la tecnología digital.

(Palabras Clave:

- *comunicación interpersonal*
- *procesos de comunicación*
- *Internet*)

Con el acceso público a Internet, en los últimos años la sociedad ha experimentado una profunda transformación de su sistema comunicativo, cambios que no sólo han sido en el ámbito tecnológico, sino, también, en las formas en que las personas se relacionan entre sí y con el medio que los convoca.

Entre las innumerables innovaciones que este medio ofrece, se encuentra la interacción interpersonal a través del correo electrónico y las conversaciones en línea (chat room). En ambos servicios los usuarios mantienen una relación multimediática con otros usuarios, dado que a través del mismo soporte se pueden intercambiar conjuntos textuales compuestos por mensajes escritos, imágenes, sonidos y animaciones.

El presente trabajo forma parte de una investigación que nace de la necesidad detectada durante el desarrollo de otros estudios relacionados con la comunicación a través de Internet, como es lo limitado de las reflexiones teóricas que nos permitan explicar fenómenos comunicativos en esta orientación, los cuales, definitivamente operan con una lógica distinta a los procesos de comunicación mediática ya conocidos y ampliamente estudiados.

De esta manera, el trabajo explora *la forma* en que son intercambiados los textos que participan en las interacciones interpersonales virtuales, la manera como se construye el contexto o “ambiente” en que se presenta la interacción, y la elaboración del sujeto de la enunciación por parte de los usuarios. Esta trilogía es la que establecería, en una primera instancia, la diferencia entre la comunicación interpersonal mediatizada por la tecnología digital y aquella relación que establecemos físicamente (cara a cara) o a través de los medios tradicionales, como el teléfono o el sistema postal.

Metodología

Para el desarrollo de la investigación, la metodología estuvo centrada en la participación directa en los salones de conversación en línea y el correo electrónico, donde, a partir de pautas de observación y evaluación, se identificaron los mecanismos que operan en la experiencia de la comunicación interpersonal a través de Internet, explorándose una modalidad de interacción mediatizada por avanzadas herramientas tecnológicas.

Internet como objeto de estudio

Aún cuando los estudios sobre las comunicaciones en Internet¹ se han incrementado significativamente en los últimos años, en particular a partir de 1995² (Fuentes, 2000), la mayor parte de estos trabajos tienen como objeto de estudio, principalmente, al crecimiento y la diversificación de los servicios que ofrece el sistema, definiéndose, por una parte, sus rangos de uso y las características demográficas (Gutiérrez, 1999; FACEA, 1999) y, por otra, se han explorado las aplicaciones que Internet tiene para los negocios, la educación, la

¹ 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 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).

² Raúl Fuentes Navarro y Francisco Hernández Lomelí preparan una investigación sobre Internet dentro de los estudios de comunicación. Entre los primeros datos reunidos, destacan que es “a partir de 1995 cuando comenzaron a proliferar y a diversificarse (los estudios sobre comunicaciones en Internet), incluyendo unos cuantos artículos publicados en revistas de comunicación”. En los primeros datos se señala que en las revistas internacionales de ciencias sociales (consulta en ProQuest) en 1998 se publicaron un total de 240 artículos, en las revistas internacionales (en el mismo año), se publicaron 10 y en revistas latinoamericanas un total de 17. Para Fuentes Navarro estos antecedentes “son evidencia suficiente de que la investigación sobre Internet como medio de comunicación apenas comienza”.

ciencia, el arte y la entretención, así como su funcionamiento en el sistema mundial (Trejo, 1998).

Otras investigaciones, en cambio, exponen las características y contenidos de los productos y servicios (Armañanzas, 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, de las aproximaciones teóricas sobre el funcionamiento del sistema que nos ayuden 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, 1995:196-197, Van Dijk, 1992:242), más que en la recepción de textos.

Además de la investigación empírica sobre Internet y su inserción en el mercado mediático, -que es particularmente abundante-, desde la perspectiva teórica, los estudios de comunicación y cultura (Ortiz, 1994; Mattelart, 1998; García Canclini, 1999) han enfocado su atención a la definición de los usos sociales de la comunicación a partir de las prácticas sociales, educativas, comerciales y culturales de Internet, más que en el estudio del proceso comunicativo y el conjunto de relaciones que en él se involucran, mientras que para la antropología social (P. Levy), la reformulación conceptual de la comunicación a través de la “red de redes” ha explorado el desarrollo de la inteligencia colectiva en los nuevos espacios de saberes construidos desde las “rutas electrónicas” que cruzan las distintas sociedades. Por su parte, la exploración de P. Quéau (1995) al sistema digital entrega valiosos aportes para la conceptualización del fenómeno de lo virtual y las aplicaciones posibles a distintos ámbitos de la interacción en el sistema Internet, particularmente frente al reconocimiento de “un nuevo sistema de representación”, pero, también, al hecho que

estas técnicas “van a generar problemas específicos, tanto respecto a la naturaleza de nuestras relaciones con los demás, como con nosotros mismos” (p. 16).

En términos metodológicos la taxonomía de análisis que proponen Bettetini y Colombo (1995): “representación, comunicación y conocimiento”, resulta útil para comprender los distintos niveles en que opera el proceso de aprehensión de la realidad desde las nuevas tecnologías de la comunicación y la información. En el nivel de la reflexión teórica sobre la “era de la información”, destaca la voluminosa obra de Manuel Castells (1999), quien realiza un aporte histórico – estructural respecto de los tiempos actuales y el lugar de los medios de comunicación y el hombre en la dinámica social. Castells plantea la emergencia de la cultura de la *virtualidad real* asociada a la integración de la comunicación electrónica, el fin de la audiencia de masas y el desarrollo de las redes interactivas (1999:I:359-408).

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 urgencia por reconstruir el escenario comunicativo, pues las orientaciones teóricas propuestas por distintas disciplinas sociales ofrecen, en principio, una perspectiva fragmentada de la comprensión de este proceso de la comunicación, en particular la dinámica de las relaciones que subyacen en las interacciones interpersonales³, como es el correo electrónico (e-mail) y las conversaciones en línea (chat room).

Frente a este planteamiento, Internet como sistema de presenta varios problemas teóricos a la investigación comunicativa: entre ellos la validación de una metodología de análisis para

³ Aunque se reconocen las transformaciones que han experimentado las tipologías de los medios de comunicación frente a la irrupción de las nuevas tecnologías (Moles, 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.

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 hipertextuales⁴, 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, así como el establecimiento de relaciones de comunicación que definen las características 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), 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.

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.

⁴ H. Peeters y P. Charlier (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”.

Definitivamente las propiedades multimediales de Internet establecen una diferenciación inmediata con los sistemas tradicionales, sin embargo, estas interacciones mediatizadas por la Red consideran otros elementos para el intercambio textual, que van desde el proceso de construcción del sujeto de la enunciación, hasta el ambiente de “virtualidad” en que se desarrolla la interacción.

Probablemente uno de los rasgos más distintivos de la relación comunicativa interpersonal en Internet, sea el ambiente de simulaciones en que se presentan los intercambios textuales. 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 a través del intercambio de textos, ya sea 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.

Delimitación teórica

Los límites conceptuales de la investigación plantean el 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 margen las características discursivas de los productos comunicativos disponibles en la Red.

De esta forma, en el ámbito 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) establece 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 Umberto Eco (1995) actúa tanto como soporte teórico como metodológico, pues en el modelo propuesto el concepto de *código* adquiere una dimensión mucho más amplia y con ello más abierta para la comprensión de los nuevos fenómenos comunicativos digitales, donde el análisis no se restringe 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 contexto 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, 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. En cuanto al fenómeno de la virtualidad, su redefinición se da a partir de la incorporación al mercado mediático de la tecnología digital⁵, pues éste escenario implicará no sólo el acceso y reelaboraciones 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”⁶ entre ambos, o a partir de un “consumo” audiovisual individual o colectivo, sino de compartir y construir colectiva y *virtualmente* estos entornos sociales (Bettetini, 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, 1995).

⁵ Las tecnologías informáticas nos ofrecen representaciones construidas a partir de modelos lógico-matemáticos. En oposición, los medios de comunicación hasta hoy tradicionales (teléfono, televisión) transportan representaciones “analógicas” que son iguales al fenómeno al cual hacen referencia.

⁶ Para John Fiske (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 a Eco (citado por Fiske 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 Homans⁷ 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).

El sistema de comunicación digital

Ningún otro medio de comunicación ha tenido un crecimiento y avance tecnológico tan acelerado como Internet; en 1981 había 200 computadores enlazados a la red, a 1996 el número alcanzaba los 9 millones 400 mil⁸. En 1969 había sólo cuatro usuarios, a julio de 1998 los registros dan cuenta de 37 millones de personas que utilizan este sistema⁹. Sólo en Chile el número de usuarios creció en un 157% durante el año 2000, alcanzando a 1,8 millón de computadores enlazados a la Red¹⁰.

Este nuevo estadio del sistema¹¹ comunicativo, al cual la investigación francesa ha denominado *telemático*, no es un fenómeno aislado, sino que obedece a una lógica de transformación tecnológica, proceso en donde “las técnicas de difusión han venido a ser modificadas por dos tecnologías destinadas a ejercer una gran influencia sobre el sistema comunicativo: los satélites y la fibra óptica” (Moragas, 1993:16). Para Daniel Bell (1993:35 y ss.), es a partir de la incursión de tales tecnologías, en que la sociedad ha ingresado a una cuarta revolución de los medios de comunicación. La primera fue la revolución del lenguaje, la segunda revolución de los medios es la escritura, la tercera la imprenta y finalmente las telecomunicaciones, donde se destacan de manera especial las

⁷ Homans, G.C. *The Human Group* NY. Hartcourt Brace and World, 1950, citado por Stogdill, T.M. *Personal Factors Associated with leadership: A survey of the literature*. *Journal of Psychology*, 1948.

⁸ Fuente: Robert Hobes: hobes@hobes.mit.edu

⁹ Fuente: Internet Valley Inc. <http://www.internetvalley.com>

¹⁰ De acuerdo a información proporcionada por la Subsecretaría de Telecomunicaciones los avances en materia de tecnología han sido determinantes para el aumento en los computadores conectados al sistema, lo cual es sólo un indicador, pues en el caso del sistema educativo, el número de usuarios llega a multiplicarse. (La Tercera, 2-II-2001:B3)

¹¹ Desde la perspectiva sociológica y de acuerdo a la definición de Bertalanffy (1976), un sistema está conformado por un conjunto de elementos interactuantes entre sí que presuponen la existencia de una interdependencia entre las partes y la posibilidad de un cambio a través de la reversibilidad de la relación, es decir a través de la interacción entre los elementos involucrados en éste.

“*comunicaciones*”¹², que es “la fusión del teléfono, computador y la televisión en un sistema único, aunque diferenciado, que permite la transmisión de datos, la acción recíproca entre individuos o entre computadores mediante cables, enlaces, o satélite de ondas, de forma que se puede a la vez acelerar la comunicación y organizarla de manera totalmente distinta” (p. 39).

Las propiedades tecnológicas y alcances sociales que tiene Internet como medio de comunicación, demanda la reformulación de las perspectivas de análisis que han regido a los medios de comunicación tradicionales, pues cualquier estudio del sistema, ya sea en forma global u orientado a alguno de sus componentes deberá considerar que no se trata de la difusión de textos para las grandes audiencias, ahora los textos son unipersonales (Negroponte, 1996), donde la personalización de la información la determina el propio destinatario de acuerdo a sus intereses individuales, y no como ocurre en los medios tradicionales, donde la producción del texto se hace a partir de las características generales de los grupos de destinatarios ideales; de esta manera, Internet es un “medio híbrido” (Everett-Green, 1996), a la vez unificado e interactivo, pero también desmasificado y asincrónico (Williams, 1988). Para Kramer (1997) esta interactividad telemática presenta rasgos distintivos que deben ser considerados en la conceptualización del proceso comunicativo, como es que en la red es posible interactuar con datos y no directamente con personas, es decir, se establecería una primera relación material más que personal. En este proceso se prescinde del aspecto ilocutivo o paralingüístico de la actividad simbólica, la interacción tiene el estatus de juego, el universo de datos legibles en la máquina es la exteriorización del principio de la intertextualidad, y se crea una nueva forma de memoria colectiva.

De esta manera, Internet emerge no sólo como una innovadora experiencia de comunicación, su uso involucra una cadena de procesos, donde el mensaje es elaborado y transmitido a través de una mediación tecnológica y donde participan personas que tienen

¹² Término estampado por Anthony Gettinger en el Informe Anual del Programa de Información Tecnológica de Harvard (1976-1977), (Bell, 1993:38).

en común un sistema de significación y construyen, a partir del intercambio y la “negociación de sentido”, un entorno social de interacción en un contexto virtual, que exigirá, tal como ocurre en las interacciones sociales físicas, el cumplimiento de un conjunto de requisitos cognitivos y sociales, como son, entre otros, la intención de establecer una serie de actos interrelacionados y ejecutados por varios agentes y cumplir determinadas condiciones de coherencia, segmentación o diferenciación de sus participantes (Van Dijk, 1992:239-256).

Otro aspecto que distingue a la comunicación en Internet, respecto de otras modalidades de interacción mediática, y que constituye uno de los principales elementos para el análisis del proceso, es la interactividad abierta y la equidad simbólica, donde cada participante en la experiencia comunicativa tiene la posibilidad de construir su propio entorno personal y social. La complejidad del proceso estará, sin embargo, en los procesos y relaciones comunicativas que emergen a partir de la interacción en línea y en el contexto de un ambiente virtual que se rige por normas y dinámicas sociales y lingüísticas propias.

Relaciones comunicativas

El desarrollo de las tecnologías de la información y la comunicación no sólo ha tenido 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 se establece con la tecnología y en el nivel de las interacciones interpersonales mediatizadas por máquinas.

Para los investigadores que centran el desarrollo de las comunicaciones en la variable tecnológica (Negroponte, 1995, Bettetini, 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 predifinidas, de tal manera que “se puede hablar de interacción comunicativa también en los casos de las relaciones de uno o más sujetos con un texto y de las relaciones de uno o más sujetos con una máquina” (Bettetini, 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.

La relación dialéctica, entre las posibilidades del sistema y las elecciones del usuario, da como resultado una textualidad elaborada a partir de 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 por la tecnología y 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 preconfiguradas por éste. Sólo dentro de este diálogo con el sistema y a través de él se produce el intercambio de mensajes entre usuarios” (Bettetini, 1985:134).

Aquí se instaura un tipo de interacción mediada por la presencia de un “tercer interlocutor”, la tecnología, la cual establece una interacción con los usuarios construyendo textos de

acuerdo a las posibilidades predefinidas en éste. Para Bettetini la relación entre el emisor y los textos codificados en el sistema permiten establecer un diálogo¹³. 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, pues para establecer una relación comunicativa, el destinatario deberá primero conectarse a la red, decodificar las señales que le permiten enlazarse al sistema, textos que el destinatario 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, se establece una diferencia significativa con las comunicaciones tradicionalmente mediatizadas por la tecnología (telefonía personal) y es el 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, Miguel de Moragas (1993:11-33) propone una reconceptualización de los medios, que, desde su perspectiva, 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 recepción¹⁴ y, por tanto, la relación que los usuarios del sistema de comunicación tecnológica en línea establecen con otras personas.

¹³ 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.

¹⁴ 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

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.

Ante al fenómeno de la interacción de los medios, Gianfranco Bettetini distingue 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 mismos resultados” (1993:156). Es así como gran parte de los medios de comunicación colectiva tradicionales no tienen, desde tales límites, la calidad de interactivos, dado que los destinatarios en su relación con el medio, prácticamente se mantienen al margen del proceso de producción del mensaje transmitido y donde la intervención real se realiza en el contexto de recepción y no en la relación del destinatario con el emisor¹⁵.

Respecto de 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.

formas de selección y requisitos para vínculos de tal naturaleza, como son los intereses colectivos y las condiciones técnicas de la interacción.

¹⁵ De acuerdo a los estudios de recepción, es en el ambiente social de decodificación del mensaje donde los productos comunicativos son re-elaborados por las audiencias, un proceso que Guillermo Orozco (1990) denomina “recepción activa”, y a partir del cual ha desarrollado el “Modelo de Mediación Múltiple” que considera un conjunto de factores sociales como elementos de mediación del mensaje de los medios, particularmente el televisivo.

Para David Berlo la comunicación interpersonal implica cuatro niveles de análisis, en un primer nivel se ubica la interdependencia física, la proximidad entre interlocutores. En el segundo nivel está la interdependencia como una secuencia de acción-reacción. El tercer nivel de complejidad en la comunicación interpersonal lo constituye la empatía o las habilidades de los interlocutores para proyectar los estados internos o personalidades de los demás y, finalmente, en el último nivel de complejidad interdependiente se encuentra la interacción, que designa el proceso de la asunción de rol mutuo, donde los actos de uno influyen en los otros a través del desarrollo de hipótesis sobre cuál será el resultado de estos actos (Berlo, 1981:81-99).

Al descartar el primer nivel de análisis para la comunicación interpersonal, que establece Berlo: la proximidad física, es posible desplazar el contexto de interacción del plano físico al ámbito mediático, es decir, considerar como tales a los intercambios textuales que establecen los usuarios de un sistema de comunicación tecnológica como Internet, pues aún cuando la interacción mediada por dicho sistema impide decodificar las distintas formas de reforzamiento extralingüístico, en este tipo de relación comunicativa existe una secuencia de acción-reacción ante las decisiones del interlocutor, sean éstas conjuntos textuales o decisiones en el contexto de la interfase de comunicación. Asimismo, los usuarios de los sistemas de comunicación interpersonal en Internet establecen una interdependencia frente a las expectativas en que se responderá el mensaje. Además, asumen un rol de reciprocidad para mantener el intercambio textual sin la proximidad física o el estímulo sensorial en tiempo real, tal como lo ofrece la comunicación telefónica o algunas experiencias de comunicación interactiva desarrolladas por los medios de comunicación colectiva tradicional como la televisión o la radio.

Procesos de comunicación

Entre los cambios más importantes en el sistema comunicativo, 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 textos estaban dirigidos a un número indeterminado de personas, que para los medios constituían un público heterogéneo y anónimo.

Hoy el panorama es distinto. Los avances en la informática han hecho posible que a través de los medios de comunicación social también se establezcan interacciones interpersonales, de tal forma que el mercado mediático ya no puede ser dividido sólo entre medios de comunicación colectiva (como la televisión), y los medios de comunicación personal (como la telefonía), sino que la organización del sistema obliga a una caracterización de los medios desde los productos comunicativos¹⁶ que están disponibles, ello porque a través de la estructura de comunicación colectiva, como la que sustenta a la Red Internet, se plantea más de una modalidad de comunicación, tanto aquella de naturaleza colectiva como grupal e interpersonal, de acuerdo al servicio al cual el usuario tiene acceso.

Esta versatilidad, no sólo ha aumentado el control que los usuarios pueden tener sobre la transmisión de mensajes, sino que ha hecho emerger nuevos procesos y fenómenos comunicativos y sociales. Los *nuevos medios* no únicamente facilitan 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 autopercepción 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.

¹⁶ Para Rodrigo Alsina (1995:112) los productos comunicativos son el resultado discursivo de un proceso sociosemiótico que involucra las estrategias discursivas elegidas por la estructura de comunicación y las características tecnocomunicativas del medio, donde éstas determinan el plano de la expresión del discurso y las estrategias discursivas del contenido

La construcción del sujeto de la enunciación

Para Philippe Quéau (1995:40-42) la fascinación que provoca la interacción interpersonal a través de Internet proviene del hecho 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 física¹⁷ 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. 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 Alsina (1995:113) un proceso que está profundamente relacionado con la construcción del destinatario modelo y del propio relato¹⁸, 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 receptores¹⁹. Tal observación la sustenta en los

¹⁷ Se establece la distinción entre realidad física y 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.

¹⁸ En el modelo de análisis de la comunicación desde la perspectiva de la semiótica de Rodrigo Alsina (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.

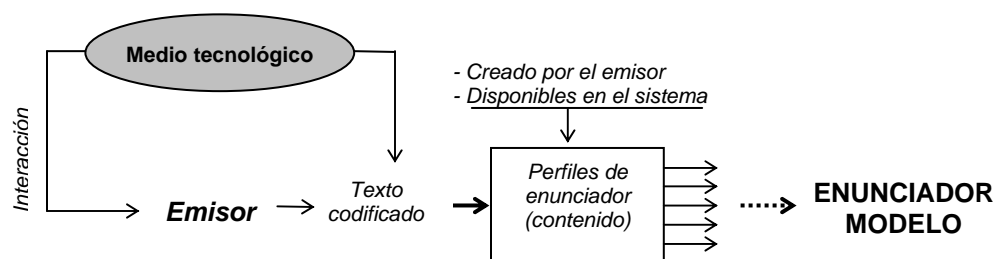
¹⁹ Los estudios sobre la recepción de los productos comunicativos y la percepción de las imágenes que elaboran los medios de comunicación colectiva han definido arquetipos que se relacionan con la segmentación de audiencias y la naturaleza del relato (Fuzellier, 1965).

resultados de los estudios de audiencia²⁰ 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 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 emisor se atribuye, y, por otra, la naturaleza del relato construido, que comprenderá tanto la expresión como el contenido del texto. 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 a 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.

²⁰ 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).

Proceso de construcción del sujeto de la enunciación



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 sintético²¹” (Quéau, 1995:51), es el caso de los mecanismos de simulación²² 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

²¹ Para F. 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, Colombo 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.

²² 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 (casco virtuales) (Bettetini, 1995:70-73)

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 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 comprometedora para los participantes, donde simular significará la construcción de un modelo de lo real y experimentarlo como si se tratara del fenómeno mismo” (Bettetini, 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 (fig. A), y, por otra, han sido puestos a disposición de los usuarios por el propio medio (fig. B), que a su vez, interviene como emisor en la relación comunicativa entre el usuario y la herramienta tecnológica.

Fig. A

Entorno virtual elaborado y compartido por los participantes en la interacción

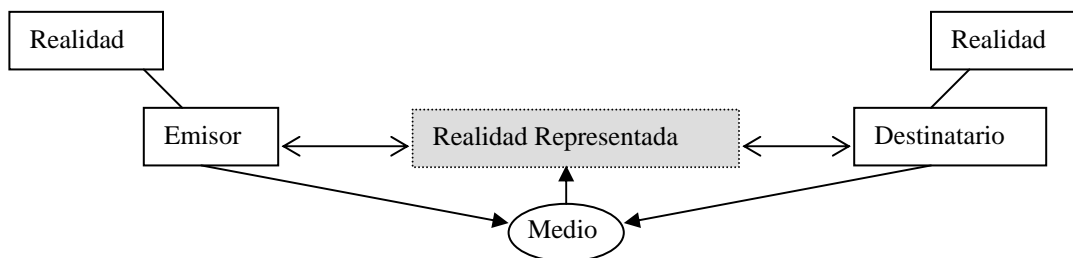
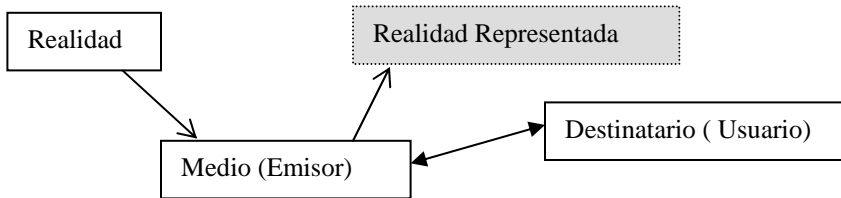


Fig. B

Entorno virtual
codificado en el medio



Para la elaboración 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 (fig. C).

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 (1985:103-176), sino 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 aún 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, 1995:164) que 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 a 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 se reproduce 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

1. 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 nexos 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 a las elecciones entre las posibilidades predefinidas y las unidades culturales del destinatario que autorizan la interpretación.

2. 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.

El intercambio textual, en tanto, mantiene la estructura de la correspondencia, en el caso del *e-mail* y de las conversaciones en el *chat*; la distinción con los sistemas tradicionales radica en que la interacción lingüística es predominantemente escrita aunque es posible construir textos con una combinación de lenguajes.

BIBLIOGRAFÍA

ARMAÑANZAS, E. y otros. El periodismo electrónico: Información y servicios multimedia en la era del ciberespacio, Barcelona, Ariel, 1996.

AUSTERLIC, S.: Las nuevas redes de conversación y su impacto en el medio ambiente humano y social: posibilidades y desafíos, Disponible en: <http://www.anie.net.ar>

BELL, D.: “La telecomunicación y el cambio social”, En Sociología de la Comunicación de Masas. Nuevos problemas y transformación Tecnológica, Barcelona, Gustavo Gili, 1993, pp. 34-55.

BERLO, D.: El proceso de la Comunicación, México, El Ateneo, 1988.

BERTALANFFY, V. L.: Teoría General de los Sistemas, México, FCE, 1976.

BETTETINI, G. y COLOMBO, F.: Las Nuevas Tecnologías de la Comunicación, Barcelona, Paidós, 1995.

- BITTI, R.: La Comunicación como proceso social, México, Grijalbo-CNCA, 1990.
- BLAKE, R. y HAROLDSEN, E.: Taxonomía de conceptos de comunicación, México, Nuevomar, 1977.
- CASTELLS, M.: La era de la información (3 vol.), México, Siglo XXI, 1999.
- CORTÁZAR, F.: “Nuevas tecnologías, interacción y sociabilidad”, En Diversidad, Tecnología y Comunicación. Una mirada a nuestra América, México, Felafacs - Universidad Iberoamericana, 1997, pp. 165-186.
- DE VECCHI, B.: “Nuevas formas de vida, nuevas estructuras de comunicación”, En Hyperpage, disponible en:
<http://www.kweb.it/hyperpage/biblio1.html>
- EBNETER, T.: Lingüística Aplicada, Madrid, Gredos, 1982
- ECO, U.: Lector in Fábula, Barcelona, Lumen, 1981.
- : Tratado de Semiótica General. Buenos Aires, Lumen, 1995, 5ª Edición.
- EVERETT-GREEN, R.: Cyberspace, Special Report, Britannica 1996 Book of the year. Chicago: Encyclopaedia Britannica, 1996.
- FACULTAD de Ciencias Económicas y Administrativas: Estudio demográfico sobre el comportamiento de los chilenos en Internet, Santiago, Universidad de Chile, 1999
- FISKE, J. y otros: Conceptos clave en comunicación y estudios culturales, Buenos Aires, Amorrortu, 1995.
- FORD, A.: Navegaciones. Comunicación, Cultura y crisis. Buenos Aires, Amorrortu, 1994.
- FUENTES, R.: Exploraciones teórico-metodológicas para la investigación sociocultural de los usos de Internet. Ponencia presentada en el V Congreso de la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación, Santiago, Universidad Diego Portales, 2000.
- FUZELLIER, E.: La langage radiophonique, París, Institut des Hautes Etudes Cinématographiques, 1965.
- GARCÍA CANCLINI, N.: La globalización imaginada, México Paidós, 1999.

GUTIERREZ, F. e ISLAS, O.: "Internet en cifras", En Razón y Palabra, Revista Electrónica, N°14, Año 4, Mayo-Julio 1999, Disponible en: <http://www.cem.itesm.mx/dacs/publicaciones/logos/anteriores>

JOYANES, L.: Cibersociedad: Los retos sociales ante un nuevo mundo digital, Madrid, McGraw-Hill Interamericana, 1997.

KRAMER, S.: Dialogicita telematica? Tesi sula comunicazione en Internet, En Rivista Sociologia della Comunicazione, Istituto de Scienza dello Spettacole e Sociologia della Comunicazione. Disponible en: <http://www.uniurb.it/ISCCS/dialogic.html>

LANDOW, G.: Hipertexto: La convergencia de la teoría crítica contemporánea y la tecnología, Barcelona, Paidós, 1995.

LEVY, P.: La inteligencia colectiva. Para una antropología del cyberespacio, París, La Decouverte, 1994.

— : Tecnologías, intelectuales y modos de conocer, Disponible en: <http://www.portoweb.com.br/PierreLevy/nossomos.htm>

MALETZKE, C.: Psicología de la Comunicación Social, Quito, Ciespal, 1976.

MARCELLESI, J.P. y GARDIN, B.: Introducción a la sociolingüística, Madrid, Gredos, 1974

MATTELART, A.: La mundialización de la comunicación, Barcelona, Paidós, 1998.

MCCARTHY, T.: La Teoría Crítica de Jürgen Habermas, Madrid, Tecnos, 1992, 2ª Edición.

McLUHAN, M.: Contraexplosión, Buenos Aires, Paidós, 1969..

— : Comprender los medios de comunicación, Barcelona, Paidós, 1996.

MILLER, G.: "Ritos, roles, reglas y relaciones: ubicación de la persona dentro de la comunicación interpersonal", En La Comunicación Humana, Ciencia Social, Fernández y Gordon (Editores), México, McGraw-Hill, 1986, pp. 27-68.

MOLES, A.: "Acción a distancia y estructura social", En Teoría de la Comunicación, M. Martín Serrano (editor), Madrid, Universidad Internacional Menéndez Pelayo, 1981.

MORAGAS, M.: "Transformación Tecnológica y tipología de los medios. Importancia política de la noción de ámbito comunicativo", En Sociología de la Comunicación de Masas. Nuevos problemas y transformación tecnológica, Barcelona, Gustavo Gili, 1993, pp. 11-33.

— : La Internet com a metàfora del canvi cultural. Disponible en: <http://www.blues.uab.es/incom/recerca/informe-tic>

NEGROPONTE, N.: Ser Digital, Buenos Aires, Atlántida, 1995.

OROZCO y CHARLES: Educación para la Recepción, México, Trillas, 1995.

ORTIZ, R.: Mundialización y Cultura, Sao Paulo, Brasiliense, 1994.

O'SULLIVAN, T. y otros: Conceptos clave en comunicación y estudios culturales, Buenos Aires, Amorrortu, 1995.

PEETERS, H. Y Charlier, P.: Para una Semio-pragmática de los hipertextos multimedia: propuesta teórica de categorías de análisis pertinente. Disponible en: <http://www.comu.ucl.ac.be/grems/hugoweb/semhptxt.html>

PINEDA, M.: Sociedad de la información, nuevas tecnologías y medios masivos, Maracaibo, Ediluz, 1997.

PISCITELLI, A.: Ciberculturas, Buenos Aires, Paidós, 1995.

QUEAU, P.: Lo Virtual, Barcelona, Paidós, 1995.

RIVANO, E., Estructuras del Diálogo, Concepción, Universidad de Concepción, s/f

RODRIGO, M.: Los Modelos de la Comunicación, Madrid, Tecnos, 1995, 2ª. Edición.

SAPERAS, E.: “Comunicación y participación utópica. Contribuciones de la teoría crítica de la Escuela de Frankfurt a la Sociología de la Comunicación”, En Moragas, M., Sociología de la Comunicación de Masas, Barcelona, Gustavo Gili, 1986, pp. 163-178, 2ª. Ed.

SAUNDERS, D. y otros: Conceptos clave en comunicación y estudios culturales, Buenos Aires, Amorrortu, 1995.

STOGDILL, R.: Personal factors associated with leadership: A survey of the literature. En Journal of Psychology, 1948, pp. 25-71.

SULLIVAN, T. y otros: Conceptos clave en comunicación y estudios culturales. Buenos Aires, Amorrortu, 1995.

THOMPSON, J.: Ideología y cultura moderna. Teoría crítica social en la era de la comunicación de masas. México, UAM-Xochimilco, 1993.

TREJO, R.: La nueva alfombra mágica. Usos y mitos de Internet, la red de redes, México, Diana, 1998.

VAN DIJK, T. La Ciencia del Texto. Barcelona, Paidós, 1992.

WATZLAWICK, P. BEAVIN, J. y JACKSON, D.: Teoría de la Comunicación Humana, Barcelona, Herder, 1995.

WILLIAMS, F. y otros: Research Methods and the New Media, New York, Free Press, 1988.