

Entre la virtualidad y el cara a cara: rastreo de prácticas comunicativas y relacionales generadas por la interacción en Internet para la identificación de nuevos modelos de comunicación

Uriel Hernando Sánchez Zuluaga
Universidad de Medellín
usanchez@udem.edu.co

Resumen

La identificación de tendencias en las interacciones comunicacionales humanas y sociales derivadas de las prácticas en la interacción virtual a través de herramientas como Facebook, Chats y blogs, que pueden convertirse en nuevos modelos de comunicación, es una necesidad sentida de cara a la explicación de los fenómenos comunicativos contemporáneos. La incidencia de la virtualidad en el desarrollo de nuevos modelos de comunicación e interacción social es manifiesta. Si bien hemos llevado a la virtualidad esquemas del funcionamiento de nuestra cotidianidad y de nuestras relaciones; hemos también empezado a trasladar los modos de interacción que se han generado en la red a nuestras relaciones y modos de interactuar personal y socialmente. Una tarea necesaria desde la conceptualización en comunicación es la identificación de los modelos de comunicación que se están generando en las relaciones y los grupos humanos a raíz de hábitos y prácticas generados en la red. El presente artículo busca someter ante la comunidad académica la propuesta de un problema de investigación y las primeras pesquisas que señalan los supuestos y conjeturas guía identificadas por los investigadores.

Entre la virtualidad y el cara a cara: rastreo de prácticas comunicativas y relacionales generadas por

la interacción en Internet para la identificación de nuevos modelos de comunicación

1. Validación de un problema de investigación

La identificación de tendencias en las interacciones comunicacionales humanas y sociales derivadas de las prácticas en la interacción virtual a través de herramientas como Facebook, Chats y blogs, que pueden convertirse en nuevos modelos de comunicación, es una necesidad sentida de cara a la explicación de los fenómenos comunicativos contemporáneos. Es en esa medida que se justifica una investigación en este campo y es en esa perspectiva que se expone esta propuesta a la comunidad académica. El presente texto recoge algunos aspectos del inicio de esta pesquisa con la intención de someterlo al análisis de pares y colegas. Es preciso validar los supuestos y percepciones que guían el trabajo con el fin de recibir luces que puedan enfocar y direccionar del trabajo desde la experiencia y estudios de otros investigadores. Este es un paso fundamental para avanzar con la tranquilidad – dada la imposibilidad de certezas- de que se marcha por buen camino o por lo menos por un camino con sentido. En este orden de ideas el primer paso en la delimitación del problema de investigación es aceptar y comprender la provisionalidad de tanto de las búsquedas como de los hallazgos en comunicación. Para tal efecto hay que ponerse en la situación de un campo de conocimiento en constante evolución y dinámica. La comunicación como esencia humana se transforma vertiginosamente conforme el ser humano cambia sus hábitos, sus herramientas, sus usos y prácticas. Las teorías y modelos tradicionales de la comunicación han dado bases y sustento a nuestra comprensión pero la comunicación como fenómeno humano y social reclama y requiere constantes nuevos esfuerzos por explicar –se. Al respecto podemos seguir Islas y Gutiérrez cuando afirman que:

“Una de las ciencias que hoy enfrenta una aguda e inquietante crisis epistemológica es la comunicación. Para resolver favorablemente algunos dilemas que nos ha impuesto la formidable evolución de las avanzadas tecnologías de información, los investigadores de la comunicación debemos emprender la rigurosa, sistemática y profunda revisión de muchas de las

‘certezas teóricas’ en las cuales hemos decidido permanecer cómodamente instalados”¹.

La incidencia de la virtualidad en el desarrollo de nuevos modelos de comunicación e interacción social es manifiesta. Si bien hemos llevado a la virtualidad esquemas del funcionamiento de nuestra cotidianidad y de nuestras relaciones; hemos también empezado a trasladar los modos de interacción que se han generado en la red a nuestras relaciones y modos de interactuar personal y socialmente. Es decir, la interpersonalidad de la comunicación presenta ahora nuevas facetas fruto del acceso del mundo virtual en el espectro de la comunicación cara a cara así como del que se desarrolla desde otras mediaciones del esquema de la comunicación colectiva.

“Una emergente disciplina híbrida, la cual se ubica en la intersección que de alguna manera vincula a la informática con las humanidades, la cual, a través de su desarrollo, deberá aportar soluciones pertinentes para amortizar los negativos efectos que suelen derivarse de la introducción de las nuevas tecnologías de información en las instituciones y por supuesto también en las sociedades.”².

Del Facebook a la interpersonalidad podría ser un modo de expresar el camino que empiezan a recorrer estas prácticas que hoy se convierten en esquemas y modelos de comunicación que es preciso identificar. En tal sentido la academia debe ocuparse de identificar cuáles pueden ser algunos de los más representativos e influyentes elementos de la virtualidad que ahora condicionan y redireccionan los modos como nos comunicamos.

“Si la comunicación interpersonal se ubica tradicionalmente en el ámbito de la privacidad, es decir, el relativo al entorno más inmediato de cada uno (relaciones familiares, afectivas y asociadas al entorno laboral), los diversos sistemas digitales de comunicación interpersonal han permitido tanto potenciar este tipo de relaciones como desarrollar otras nuevas, que exceden y amplifican aun tiempo las posibilidades de interacción del individuo con las personas afines.”³

¹ ISLAS, Octavio y GUTIÉRREZ Fernando. El desarrollo tecnológico como detonador de algunas de las crisis epistemológicas que enfrentan las ciencias de la comunicación. En Revista Razón y Palabra. <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n34/oislas.html>

² Ibid.

³ LOPÉZ GARCÍA, Guillermo, Modelos de comunicación en Internet, Trant Lo Blanch, Valencia, 2005. P 94.

2. Entre virtualidad e interacción personal: nuevas modalidades de comunicación

El estudio de los modelos ha sido relevante en el campo de la comunicación especialmente después de la Segunda Guerra Mundial. En este caso, el trabajo se enfoca a la identificación de nuevos modelos que pueden surgir como derivación de los hábitos y características de uso de algunas herramientas y dispositivos de la virtualidad como pueden ser el Facebook, los chats y los blogs. Esto tiene sus consecuencias e impactos en el mundo del trabajo, de la educación, de la diversión. Es decir las interacciones en grupos, comunidades y organizaciones empiezan nutrirse y/o afectarse por el impacto de los modos cómo las personas trabajan y se desenvuelven a través de sus computadores. Es justamente en este sentido que se hace importante el estudio de algunos modelos clásicos de comunicación y trate de buscar sus nexos con las nuevas tecnologías de comunicación e información. El objetivo, en este caso, no es tanto intervenir las tecnologías como acercarse a la comprensión de los nuevos modos de comunicarse que tienen las personas; es decir, identificar las prácticas y hábitos que desde la virtualidad empiezan a ingerir en las interacciones y relaciones personales, en la construcción de la comunicación en los grupos, comunidades y organizaciones que las personas conforman. El profesor Dominique Wolton nos da pistas para tal enfoque cuando afirma que:

“La paradoja de la comunicación es la siguiente: si la historia de la comunicación es evidentemente muy larga, tan larga como la del hombre, la de las tecnologías del mismo nombre es, por el contrario, extraordinariamente reciente. Y los hombres todavía no se han habituado a uno sistemas de comunicación que cambian considerablemente su percepción del mundo, su modo de vida y de trabajo, y ya deben prepararse para la etapa siguiente en la que todo irá más rápido. Y entonces, ¿porque hay tan pocas discusiones y controversias sobre las tecnologías de comunicación?”⁴.

Las interacciones entre sujetos sociales parecen nutrirse cada día más de los modos como éstos actúan en la esfera mediática. Los procesos de interacción y transacción simbólica adquieren nuevos sentidos cuando dos personas trabajan, juegan, estudian o conviven. Cabero ha señalado tal asunto siguiendo autores de primer orden en este tipo de reflexión como Postman, Sartori y Echeverría:

⁴ WOLTON, Dominique; Internet ¿Y después?, Gedisa, Barcelona, 2000. P 17. P 36.

“Los medios, y más concretamente las nuevas tecnologías de la información y la comunicación están desarrollando una nueva forma de coexistencia de los seres humanos, coordinándolos a través de la pantalla mediática de la televisión o de los ordenadores. Tal es la influencia que algunos autores (Echeverría, 1994; Postman 1994; Sartori, 1998) nos hablan de una nueva polis, en la que todo, necesario o innecesario, real o virtual, de diversión o de formación, se presenta a los ciudadanos a través de los receptores y monitores de televisión, y ella es la que organiza, dirige y planifica la realización de esa sociedad”.⁵

Tradicionalmente los modelos de comunicación se ocuparon de explicar las interacciones entre los sujetos entendiendo la presencia de canales que podríamos entender como medios tradicionales o clásicos de comunicación. Esto nos ubica fundamentalmente en el campo de la comunicación de masas. Sería necesario aclarar la existencia de algunos modelos de la comunicación interpersonal y de aquellos ubicados en el terreno de las organizaciones. En la actualidad sería posible advertir un cambio de tendencias en la comunicación que bien puede ser explicado por nuevos modelos. Se trata de la comunicación mediada por TIC. Las nuevas tecnologías de comunicación e información conllevan a nuevas modalidades relacionales. Se trata de interacciones simbólicas que avanzan ligadas a los medios masivos de comunicación como tradicionalmente se han entendido pero que se enriquecen con condiciones de tiempo, acceso, conectividad, rapidez, uso de archivos y memoria que redimensionan la interacción efectiva entre los sujetos desde los modos como las personas hacen uso de ellas. Esto tiene dos componentes que es preciso especificar: de una parte los hábitos y usos de los software, de otra parte los hábitos y usos ligados al hardware.

Las interacciones simbólicas como procesos relacionales y de trabajo tienen algunos componentes y condiciones básicas que determinan el modo cómo se desenvuelve la sociedad a partir de los mismos. Los grupos humanos, las redes sociales empiezan a relacionarse altamente influidos por las condiciones de conectividad y capacidad de banda, velocidad, capacidad de almacenamiento o memoria de los dispositivos, integración o multimedia, facilidad de uso de los programas y herramientas (amigables) y la resolución de

⁵ CABERO, Julio; Tecnología Educativa. Diseño y utilización de medios en la enseñanza; Paidós, Barcelona, 2001.p 46.

imágenes de los mismos entre las más importantes. Esto quiere decir, también, que el avance en estos componentes significará la necesaria renovación o ajuste de las relaciones entre los sujetos. Una vez Cabero puede dar luces al afirmar que:

“En este nuevo entramado social, la velocidad y complejidad se convierten en elementos característicos de la nueva sociedad, de forma que lo importante muchas veces no depende tanto de la calidad del producto o proceso conseguido, como de la respuesta temporal que somos capaces de ofrecer para la solución o análisis de un problema. Tal velocidad debe ser percibida desde diferentes perspectivas: velocidad de la transmisión casi inmediata de información, velocidad de transformación y perfeccionamiento del hardware y del software, velocidad constante de incorporación de nuevos usuarios, y la velocidad de creación de nuevos sistemas simbólicos expresivos”⁶.

3. La idea de modelo

Un modelo⁷ es, en principio, una obra de ficción como se ha explicado en el libro *Modelos y esquemas de comunicación. Algunos acercamientos*. Es una visión de la realidad que permite comprenderla. El modelo permite moldear, manipular, simular. Puede ser una explicación de la interacción comunicativa en un fragmento de la realidad. Para Mario Bunge en su libro *Teoría y Realidad* “la conquista conceptual de la realidad comienza, lo que parece paradójico, por idealizaciones”⁸, así pues un ideal es un modo de comprender el mundo y un paso para construirlo y buscar su desarrollo. El ideal es una explicación con anhelos de perfección. Trazar un ideal es en esencia construir un modelo. Sí éste será un explicación avanzada de la realidad que se busca aprehender, asir, comprender. De otra parte John Fiske afirma que “un modelo es como un mapa que representa algunas características de un territorio: ningún mapa, como ningún modelo, puede ser completo”⁹. Esto nos lleva a un concepto básico de la modelación conceptual cual es la delimitación. El modelo es inacabado siempre, en tanto, da cuenta de un fragmento, de selección de la realidad. En este sentido el modelo se ocupa de un problema o de un abordaje

⁶ (Cabero 2001, pág 47).

⁷ Este marco teórico retoma apartes del libro “Modelos y esquemas de comunicación: algunos acercamientos” escrito por el investigador principal de este trabajo y publicado por el Sello Editorial de la Universidad de Medellín.

⁸ BUNGE, Mario. *Teoría y Realidad*. Ed. Ariel. Primera edición en Ariel. Primera edición en 1972. Barcelona. 1985, Pág 12.

⁹ FISKE, John. *Introducción al estudio de la Comunicación*. Versión en español Patricia Anzola. Ed. Norma. 1984. Colombia, Pág 31.

de la un fragmento de la realidad o interacción comunicativa en estudio. Afirma Bunge cómo al trazar modelos “se desgajan los rasgos comunes a individuos ostensiblemente diferentes agrupándolos en especies (clases de equivalencia)”¹⁰. Este modo de estudiar la realidad da nacimiento al “objeto modelo” o “modelo conceptual” de una cosa o un hecho. Este sería un elemento que nos adentra en la fundamentación metodológica de la construcción de los modelos. Además y llegados hasta esta idea es preciso clarificar, además, que un objeto modelo no es lo mismo que una teoría; acota Bunge que el objeto modelo puede ser insertado en una teoría si se le asignan propiedades “susceptibles de ser tratadas por teorías”. Rubio Angulo por su parte retoma la definición de modelo planteada por J. Von Neuman: “modelos son construcciones teóricas que suponen una definición precisa, exhaustiva y no demasiado complicada, también deben ser parecidos a la realidad en todos los aspectos relevantes para la investigación en curso [...] Se exige la semejanza con la realidad para que el funcionamiento del modelo sea significativo. Pero esta semejanza habitualmente se puede restringir a algunos aspectos que se juzgen esenciales *protempore*, de lo contrario las condiciones enumeradas se volverían incompatibles”¹¹. Para el investigador español Miquel Rodrigo Alsina “en las ciencias de la comunicación una de las primeras dificultades es establecer las características del objeto de estudio, sobre todo en la relación con la denominada comunicación de masas. El objeto se resiste, de alguna manera, a ser caracterizado. Las nuevas tecnologías dan lugar a nuevas realidades sociales y comunicativas que obligan a los estudiosos a actualizar, permanentemente la construcción de su objeto de estudio. Es como subirse a un tren en marcha”¹².

Las funciones de los modelos de comunicación

¹⁰ BUNGE, Mario. *Teoría y Realidad*. Ed. Ariel. Primera edición en Ariel. Primera edición en 1972. Barcelona. 1985, Pág 12.

¹¹ J Von Neuman y O. Morgenstein. *Theory of games and Economic Behavior*. 2ª Ed. Princeton University Press, 1947. Pág 32. Citado por Rubio Angulo Jaime. *Modelo y Mensajes*. Ed. Significantes de Papel. Bogotá 1993, Pág 66.

¹² ALSINA, Miquel Rodrigo. *Teorías de la comunicación. Ámbitos, métodos y perspectivas*. Universidad Autónoma de Barcelona, Universidad Jaime I, Universidad Pompeu Fabra, Universidad de Valencia. Barcelona 2001. Pág 17.

Queda claro que el modelo puede insertarse en la teoría y que es, en esencia, una perspectiva ideal que explica la realidad. Pero esos modelos cumplen una serie de funciones explícitas al momento de dar cuenta de la realidad que explican. En ese sentido el mismo Alsina cita a Deutsch cuando propone las funciones de los modelos:

a) Función organizadora: la compleja realidad está formada por una diversidad de elementos que se deben ordenar e interrelacionar para poder percibir el fenómeno en su totalidad.

b) Función heurística: el modelo no sólo describe, sino que también explica la realidad. Así permitirá al investigador determinar los elementos claves del proceso estudiado.

c) Función previsor: es conocido el aforismo positivista "saber para prever y prever para poder". El modelo puede hacer posible la predicción de resultados, y de esta forma se da la posibilidad de controlar los acontecimientos¹³.

Otro enfoque nos lo ofrece la profesora Cecilia Alegría cuando afirma que desde una mirada sistémica, los modelos tienen, en términos generales - y podríamos asumir que por lo menos para el estudio de la comunicación - tres funciones:

a) Función organizadora: La función organizadora hace referencia a la relación entre sistemas y subsistemas, busca ordenar la realidad que es objeto de estudio. El modelo de comunicación basa su existencia en interacciones y relaciones. Es una organización artificial, se simulan flujos ordenados para poder explicarlos ya que la comunicación es dinámica, múltiple.

b) Función simplificadora: La función simplificadora facilita la comprensión del mundo, permite llevarlo a gráficos y diagramas que hagan más sencilla y económica su comprensión, sin olvidar que se trata de una realidad compleja. La explicación del mundo y su realidad debe ser lo más simple posible para que el modelo adquiera todo su sentido.

¹³ ALSINA, Miquel Rodrigo. Los Modelos de la Comunicación. Tecnos. 2da. Edición. Madrid. España. 1995. Pág 19.

c) Función delimitadora: La función delimitadora traza fronteras, demarca un objeto de estudio, establece cuáles son los componentes que pertenecen y los que no pertenecen al fragmento de la realidad que pretende idealizar. Delimitar implica agrupar, seleccionar y descartar. El modelo de comunicación es un todo, pero no puede ocuparse de todo

4. El cometido investigativo

Este busca en esencia hacer una revisión de los modelos de comunicación como punto de partida para entrar a la tarea de identificar tendencias en las interacciones comunicacionales humanas y sociales derivadas de las prácticas en la interacción virtual a través de herramientas virtuales como Facebook, Chats y blogs, que pueden convertirse en nuevos modelos de comunicación.

De este modo, la labor de hallar los elementos del accionar con herramientas virtuales por parte de las personas será elemento para observar la posible existencia de nuevos modelos de interacción en otros espacios como los grupales, comunitarios y laborales. El proyecto finalizará con la presentación o propuesta de un modelo o modelos que expliquen las nuevas tendencias interaccionales y comunicacionales.

Cabe pues abordar este problema desde una pregunta guía: ¿Cuáles son los nuevos modelos de comunicación que desde la utilización de las herramientas y dispositivos virtuales pueden empezar a determinar las formas de interactuar y relacionarse de las personas en los grupos, en las comunidades y organizaciones? Desde este cuestionamiento nos proponemos:

1. Caracterizar los modos de empleo y utilización de algunas herramientas virtuales como el Facebook, el chat y el blog con para caracterizar un modelo de comunicación que explique tales actividades desde la perspectiva comunicacional.
2. Establecer los patrones de comportamiento que se pueden generar, para efectos de relaciones interpersonales, a partir del uso de herramientas virtuales como el Facebook, el chat y el blog.
3. Determinar cuáles son los hábitos de comportamiento e interacción social que las personas demuestran en su cotidianidad a partir del uso de

herramientas virtuales como Facebook, el chat y el blog y que puedan concretarse como elementos de un modelo que explique la comunicación en grupos, comunidades y organizaciones a partir de los mismos.

5. El horizonte de la interacción

Los primeros análisis en el desarrollo de este trabajo han estado dirigidos a construir un esquema que permita agrupar las condiciones más relevantes de la esa –evidente- incidencia de las nuevas tecnologías en lo modos como las personas empiezan a interactuar. Para tal efecto los investigadores han optado por crear una base de datos que identificar las páginas, blogs y sitios más visitados por personas de una ambiente académico al alcance del estudio. Se trata de pasos preliminares cuyo enfoque es ofrecer elementos metodológicos y herramientas para el trabajo. Esto llevará a la determinación de informantes, a la selección de dispositivos y sitios virtuales a estudiar así como la delimitación específica de los problemas a abordar en este primer trabajo. En tal sentido se encuentran, a priori, los supuestos guía de la investigación:

1.El desarrollo de capacidades, habilidades y hábitos para desempeñarse cotidianamente a través de herramientas y dispositivos de la virtualidad como Facebook, el chat y el blog generan nuevas condiciones y características de comportamiento e interacción en las relaciones interpersonales y en los procesos de comunicación de grupos, comunidades y organizaciones.

2. Es posible advertir y explicar la transformación de algunos modelos clásicos de la comunicación en nuevos modelos de comunicación interpersonal y grupal desarrollados a partir de las características de uso de dispositivos como Facebook, el chat y el blog.

Las nuevas tecnologías han multiplicado las alternativas del ser humano para su desempeño y supervivencia. Los más importantes procesos de relación y construcción social se encuentran ahora mediados por las alternativas comunicacionales e informativas que ofrecen dichas tecnologías. En esta perspectiva la comunicación, dígame, de los procesos colectivos, requiere ser pensada desde nuevas posiciones conceptuales. Los medios de comunicación,

llamados tradicionales como el periódico, la radio, la televisión, el cine, conservan su hegemonía mediática y lejos de sucumbir a las nuevas tecnologías para desaparecer ante ellos, demuestran su capacidad de reinventarse y evolucionar para adquirir nuevas fortalezas. A esto deben sumarse las aparatos y herramientas que se ocupan de mantener conectados a los miembros de comunidades, grupos u organizaciones.

Hoy, a la mano, en el celular o la agenda, una persona tiene los dispositivos que le permiten permanecer en contacto de Internet con los miembros de sus redes de acción. Al mismo tiempo ese personaje conectado puede acceder a la oferta informativa que los medios “tradicionales” de comunicación le ofertan mediante sus versiones virtuales. Así pues es posible plantear que los sujetos sociales cuentan actualmente con alternativas de conectividad que le procuran canales y medios de comunicación e información de altas posibilidades.

En muchos aspectos las nuevas tecnologías cambian la vida del ser social. Dichas tecnologías cuentan con una serie de características que determinan su uso y optimización por parte de los usuarios. Entre ellos podrían nombrarse la rapidez, la capacidad de memoria, la resolución entre otras. Dichas condiciones afectan las tareas de los usuarios según sus perfiles. A esta característica sumemos una más: los programas, páginas, portales u otros dispositivos de interacción virtual que ofrecen alternativas de producción, circulación y recepción de información ni siquiera imaginadas hace apenas algunos años.

“Entender el lugar y el papel de la comunicación en una sociedad significa analizar las relaciones entre los tres aspectos fundamentales de la comunicación: el sistema técnico, el modelo cultural dominante y el proyecto que sobrentiende la organización económica, técnica y jurídica del conjunto de las técnicas de comunicación.”¹⁴

Así pues, se erige un problema de comunicación, por ende, en este caso, problema de investigación que requiere respuestas de cara al desarrollo de procesos comunicacionales, educativos y culturales. ¿Cómo están estos

¹⁴ WOLTON, Dominique; Internet ¿Y después?, Gedisa, Barcelona, 2000. P 17.

nuevos procesos y estas mediaciones afectando las relaciones, las interacciones y los actos cotidianos de las personas que interactúan en grupos, comunidades y organizaciones de la sociedad? Y de esta pregunta se desprende una más que enfoca nuestra preocupación ¿Responden los modelos tradicionales de comunicación a estas nuevas perspectivas de comunicación? Ante esto es viable plantear un proyecto de investigación que se ocupe de estudiar las nuevas condiciones y relaciones de la comunicación mediada por nuevas tecnologías de información y comunicación de cara a la identificación de modelos de comunicación que se están desarrollando en la sociedad.

Nuestras primeras observaciones de cara al planteamiento de la investigación señalan algunos caminos en esta búsqueda así: las primeras personas abordadas aleatoriamente afirman experimentar cambios o asimilación de nuevos modos de comunicarse en los siguientes aspectos:

Lenguaje: el lenguaje tiende a migrar de la red a las relaciones cotidianas por cuanto la virtualidad por cuanto se empieza a usar una jerga nacida de la red. En este se apocopan las palabras, se usan expresiones más cortas y se trata de ser más conciso. Empieza a notarse la tendencia a utilizar expresiones de la red en las interacciones laborales, personales o sociales.

Tiempo y fragmentación. Las personas afirman pasar mucho tiempo en la red pero éste parece estar dividido entre acciones diversas y diálogos, o intercambios con diversas personas con lo cual hay un uso fragmentado del tiempo y se reduce con cierta facilidad el tiempo que se otorga a cada persona. Los sujetos interrogados expresaron la tendencia a fragmentar y reducir de igual modo el tiempo que se dialoga con las personas en los espacios de cara a cara, muchas veces con intencionalidad misma de dirigirse a la red.

Simultaneidad. Uno de los aspectos en los cuales las personas muestran un gusto por lo aprendido en la red es la tendencia a realizar o adelantar varias acciones o diálogos simultáneamente. Esto es un aprendizaje llevado de la red a las relaciones sociales.

Evasión y direccionamiento. Una tendencia muy fuerte fue la expresada ante la necesidad o responsabilidad de ofrecer información detallada y clara sobre un asunto persona o laboral. En este sentido las personas manifiestan la

comodidad de remitir o dirigir al interlocutor al sitio de la red en donde puede encontrar la información ya sea preparada por sí mismo o por otra persona.

Exposición e identidad. Las personas manifestaron una nueva tendencia a mostrarse en público, a exponerse, a hablar de sí mismos. Esto puede ser parte de la migración al cara- cara de las prácticas de publicación de fotografías que se estila con fuerza a través de dispositivos como el Facebook.

Instantaneidad. En este caso se refiere a la disposición de la información. Ahora, y dadas las necesidades y posibilidades de interacción en la red los sujetos requieren, y desean tener a su disposición información amplia y a la vez detallada de los temas de su interés. En este campo se recurre al uso de dispositivos de memoria USB cada vez más amplios. Así mismo se suele utilizar esa información con facilidad en medio de cualquier encuentro o reunión.

Registro. El registro audiovisuales de reuniones, encuentros, citas ha tomado una nueva dimensión desde los usos no sólo de los nuevos soportes mediáticos sino desde los hábitos de interacción en la red.

Estos son algunos de los elementos encontrados y que guiarán una búsqueda más profunda y luego modelada como lo propone este trabajo Sin embargo se considera que desde las pesquisas realizadas ha sido posible trazar los supuestos y conjeturas para avanzar en la investigación. El trabajo apenas comienza y se encuentra en una fase exploratoria que señalará el camino para identificar cuáles son esos nuevos modelos de comunicación que se construyen en las relaciones sociales y laborales a partir de las interacciones en el infinito mundo virtual.

BIBLIOGRAFÍA

BAUMAN, Zigmunt; Modernidad líquida. Fondo de Cultura Económica, 2000, Buenos Aires.

CABERO, Julio; Tecnología Educativa. Diseño y utilización de medios en la enseñanza; Paidós, Barcelona, 2001.

ECO, Umberto; Apocalípticos e Integrados, Debolsillo, Barcelona, 2004.

ISLAS, Octavio y GUTIÉRREZ Fernando. El desarrollo tecnológico como detonador de algunas de las crisis epistemológicas que enfrentan las ciencias de la comunicación. En Revista Razón y Palabra. <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n34/oislas.html>

LÉVY, Pierre; ¿Qué es lo virtual?, Paidós, Barcelona, 1999.

LOPÉZ GARCÍA, Guillermo, Modelos de comunicación en Internet, Trant Lo Blanch, Valencia, 2005.

LOVINK, Geert; Fibra Oscura, Rastreado la cultura crítica en Internet; Alianza, 2002, Madrid.

MATTELART, Armand; Geopolítica de la cultura, Desde Abajo, Bogotá, 2003.

MATTELART, Armand; Historia de la sociedad de información. Paidós Comunicación, Barcelona, 2002.

WALLACE, Patricia. La psicología en Internet, Paidós, Barcelona, 2001.

MOLINUEVO, José Luis; Humanismo y nuevas tecnologías, Alianza, Madrid, 2004.

WOLTON, Dominique; Internet ¿Y después?, Gedisa, Barcelona, 2000.