



Título: La socialización en los espacios virtuales. Posibilidades y limitaciones

Autor/es: Sotomayor García, Gilda Eliana

Resumen: El artículo trata de ver de qué manera y hasta qué punto ha afectado la aparición de Internet y los nuevos canales comunicativos en la socialización de las personas.

Palabras Clave: Relaciones sociales ; Nuevas tecnologías ; Espacios virtuales ; Interacción ; Comunicación ; Identidad ; Comunidades virtuales

Resumen en inglés:

Palabras Clave en inglés: Relations humaines ; New technologies

Cita Bibliográfica:

## **La socialización en los Espacios Virtuales. Posibilidades y limitaciones**

### **Autora**

Gilda Eliana Sotomayor García

### **Resumen**

El artículo trata de ver de qué manera y hasta qué punto se ha redefinido, a partir de nuestra condición de Homo fabers, específicamente con la creación de las TICs, nuestra condición de Homo politicus (seres sociales). Para ello analizamos el nuevo canal comunicativo y los tipos de relaciones sociales que se establecen en él. La conclusión central es que la aparición de Internet no ha significado ningún cambio profundo en la socialización de las personas al no observarse ninguna distinción en los parámetros de establecimiento de las relaciones sociales y la conformación de grupos tanto en la vida real (off-line) como virtual (on-line), de ahí que podamos afirmar que nuestra condición de seres gregarios permanece incólume tras esa aparente conversión en "ciudadanos del mundo."

### **Palabras clave**



Relaciones sociales, nuevas tecnologías, espacios virtuales, interacción, comunicación, identidad, comunidades virtuales

## **Cuerpo del artículo**

### **1. El carácter de las relaciones sociales con las nuevas tecnologías**

Se ha dicho que las relaciones interpersonales en estos últimos tiempos habrían sufrido numerosas y profundas transformaciones a partir de las revoluciones tecnológicas surgidas en el transporte y en las comunicaciones. Hemos pasado, según se afirma, de las relaciones entre las personas, desarrolladas básicamente en el esquema "cara a cara" a una ampliación de nuestro mundo social que nos ha llevado hacia un orden extenso llamado hoy aldea global. Así, ésta suerte de "supertribu," como la denominó Morris (1992) sería la causante de nuestra nueva conversión a "ciudadanos del mundo."

Efectivamente, este fenómeno social que referimos habría surgido a partir de las innovaciones tecnológicas y comunicacionales que, según Gergen (1992), se han dado en dos fases fundamentales denominadas fases de tecnología de bajo y alto nivel. En la primera fase una septena de tecnologías (ferrocarril, servicios postales, automóvil, teléfono, radiodifusión, cine) se expanden rápidamente en el curso del siglo XX. Luego, en la segunda etapa de tecnología de alto nivel, aparecen involucrados el transporte aéreo, la televisión y las comunicaciones electrónicas, fomentando con ello toda una gama de relaciones nunca dada antes, en tanto esta ampliación social no incluye solamente la expansión de los límites geográficos posibles de involucrar relaciones interpersonales, sino también a las que sin ser reales o efectivas suponen significatividad, por lo menos para una de las partes involucradas, con la posibilidad de no haberse relacionado jamás cara a cara. Así pues, como consecuencia del desarrollo tecnológico, hoy en día, gran parte de la población mundial se ha sumergido en un mar turbulento de información y relaciones sociales debido a las palabras procedentes de la radio, la televisión, los periódicos, el correo postal, el teléfono, el fax, los letreros luminosos y ahora Internet.

Ahora bien, sin caer en la satanización (tecnofobia) y el optimismo (tecnofilia), lo que nos interesa es comprender bien la naturaleza y el alcance real de estas transformaciones, por lo que hay que verlas con cierta cautela y menos apasionamiento ya que sabemos por un lado, que en



cuanto a la información, no resulta muy productivo exponerse a una cantidad ingente de ella pues lo más probable es que uno quede colapsado, disminuya dramáticamente su rendimiento y sucumba bajo la ansiedad por no poder digerir ni una décima parte de ese océano de información, o bien se convierta en un ludópata que invierte mucho tiempo en buscarla pero que carece de tiempo para comprenderla, como advierte muy bien Codina (1994). Tal posibilidad no es una especulación exagerada del autor, pues como bien nos lo recuerda, desde hace tiempo los psicólogos saben que la cantidad de información que puede absorber un ser humano por unidad de tiempo es limitada, de ahí que al aumentar el número de mensajes a los que nos exponemos tengamos que dedicar a cada uno de ellos fracciones de tiempo cada vez más pequeñas, con el resultado global de saber cada vez menos de todo.

Por otro lado, hay que señalar que el aumento continuo de la cantidad, variedad y frecuencia potencial de las relaciones y contactos humanos que entablamos con las TICs, no deja de ser una contraproductente consecuencia, por cuanto si este aumento se torna extremo, es posible llegar a un estado de saturación mediática tal y como lo denomina Gergen (1992). En efecto, dicho autor, ve en las tecnologías de las telecomunicaciones, los medios centrales de saturación social debido a la incorporación incesante de información, la cual nos expone a una enorme variedad de personas y nos colma de relaciones sociales que llevarían a colonizar nuestra propia identidad o "yo individual." Así, esta ampliación de la gama de relaciones humanas, al desplazarse del vínculo cara a cara al vínculo electrónico, traería como consecuencia la disminución de la calidad de ellas, pues a mayor número de relaciones interpersonales (cantidad de personas que se relacionan con nosotros) y a mayor velocidad que registran las mismas, mayores son los grados de superficialidad y desapego.

Una razón determinante de esta situación, desde una explicación biológica, sería el hecho de que las relaciones electrónicas ocultan la información visual (movimientos oculares, expresiones de los labios, gestos, etc), de ahí la necesidad de valorar cuidadosamente la distinción entre comunicación informativa (que las nuevas tecnologías potencian) y comunicación sensorio-afectiva (que las nuevas tecnologías merman). No cabe duda que las relaciones mutuas basadas en el reconocimiento individual (cara a cara) suelen ser más intensas y duraderas que aquellas que carecen de esa base. En efecto, desde la perspectiva evolucionista, la naturaleza de las relaciones interpersonales parte del supuesto de que en la especie humana, los individuos suelen establecer relaciones personales con un pequeño



grupo de dimensiones tribales, dentro del cual se puede satisfacer las necesidades básicas de ayuda y coparticipación mutuas, el contrato social o la negociación. En tal sentido, una relación impersonal no es una relación biológicamente humana porque estamos predispuestos a desenvolvemos en una pequeña comunidad de relaciones cara a cara, es decir tenemos una capacidad para sostener relaciones o introducir algún efecto social que tienden a estar localizadas tanto en el tiempo como en el espacio. Lo característico es que la identidad de un sujeto sólo se manifieste ante quienes tiene delante físicamente, de modo que sus emociones, expresiones faciales, gestos, etc, queden confinados a su público inmediato, participando en un conjunto cerrado de relaciones. Esto sucede entre otras razones por el carácter relacional de la comunicación analógica que hace evidentes los elementos paralingüísticos<sup>i</sup> que proponen un tipo particular de relación que el otro puede aceptar, rechazar o redefinir.

Así pues, en esta época en la que las modernas telecomunicaciones y la informática interactiva habrían encogido la superficie social del globo produciendo un desplazamiento de la sociedad personal a la impersonal,<sup>ii</sup> se reclama con urgencia el respeto al estatuto biológico transgredido perversamente por la civilización tecnológica, ya que como especie, no estamos biológicamente equipados para enfrentarnos a una masa de personas desconocidas disfrazadas de miembros de nuestro grupo. Es por eso, que a pesar de todo, el hombre no ha dejado de participar en un conjunto cerrado de relaciones, ya sea de familiares, amigos, empleados de las empresas, el grupo de la parroquia, etc. Y la Red (Internet) no escapa a éste hecho, a pesar de lo que digan los señores visionarios de la gran Telépolis, veamos por qué.

## **2. Los tipos de socialización en el ciberespacio**

Cierto es, que Internet no sólo constituye un nuevo medio de comunicación, sino un nuevo medio de producción e interacción, que vale tanto para la actividad pública como para la vida privada. De tal modo, las posibilidades técnicas que nos ofrece este medio son innumerables, aunque es necesario precisar un poco mejor sus usos reales, pues según investigaciones realizadas por Lameiro y Sanchez (1998a), estos son fundamentalmente instrumentales y personales, y como señala Castells (1997), están estrechamente relacionados con tres áreas concretas: el trabajo, la familia y la vida cotidiana. En efecto, las investigaciones realizadas por Howard, Rainie y Jones, citadas por Castells (2001, 142) y basadas en una encuesta realizada en el año 2000 sobre una muestra



representativa de la población estadounidense, concluyen que el uso del correo electrónico contribuye al incremento de las relaciones sociales con familiares y amigos y extiende los contactos sociales en general. Además, se afirma que las personas con un status social superior suelen tener más amigos, más diversos que viven a mayor distancia, por lo que el correo electrónico se convierte en un buen instrumento para mantenerse en contacto con esa amplia red de amistades personales. Por otro lado, la gente procedente de las clases bajas tiende a mantener un contacto más habitual con familiares y vecinos, por lo que tiene menos necesidad de comunicarse a grandes distancias. Asimismo las personas con un nivel educativo más alto parecen más inclinadas a comunicarse a larga distancia por correo electrónico con sus amigos que los demás. Los usuarios más jóvenes tienden a comunicarse por correo electrónico, especialmente con los amigos, mientras que los usuarios de mayor edad dan preferencia a las relaciones familiares. Así pues, la naturaleza y la cantidad de relaciones y vínculos que estaría promoviendo en realidad la CMO indican que el correo electrónico es el instrumento más utilizado y valorado (Lameiro y Sanchez, 1998 a), representando más del 85% del uso de Internet, y como hemos visto la mayor parte de este volumen está relacionado con el trabajo, con tareas específicas y con las relaciones entre familiares y amigos en la vida real.<sup>iii</sup>

En ese mismo sentido, investigaciones dirigidas a verificar si los vínculos sociales y los sentimientos son tan fuertes o sinceros como en las situaciones de copresencia física, han tratado de responder preguntas concretas tales como ¿Cuál es la naturaleza de esas relaciones? ¿Son superficiales, inestables y efímeras? ¿Acaban por transformarse en formas de relación más tradicionales (cara a cara)? Al respecto, Wallace (2001) también señala que el tipo de relaciones sociales que se producen en la red son equiparables a aquellas que se dan en la "vida real", es decir, "la mediación tecnológica, en este caso, se limita a reproducir aquel tipo de relaciones que ya estaba presente en la vida offline". Su referencia son unos estudios que muestran que las relaciones en la red varían considerablemente, igual que cualquier otro tipo de relación, algunas son muy sólidas y duraderas, otras son superficiales y breves.<sup>iv</sup> Dichos estudios exploraron la amplitud de las relaciones en la red e indicaron la presencia de un nivel moderado de compromiso en las relaciones establecidas en ella, aunque también variaba bastante, ya que algunas personas no mostraban tanto entusiasmo. Todo esto guarda relación con el hecho de que las personas cuentan con varios círculos de amistades en la vida real y, dentro de un círculo dado, los amigos de una persona también suelen ser amigos entre sí. Aunque puede que algunas personas pertenezcan a varios de esos



círculos, la verdad es que existe muy poca o ninguna superposición entre ellos. Los amigos que tenemos en el trabajo pueden tener pocos intereses en común con los amigos del club o la parroquia. Otros aportes señalan que en el ciberespacio, los individuos se ven agrupados por intereses comunes o temáticas, concentrándose alrededor de fóruns o grupos de discusión, sin tener en cuenta cualquier otro condicionante social, siempre que estos no se antepongan a los intereses del grupo en cuestión. En ese sentido Masuda (1985) afirma que las relaciones establecidas en la red, en muchos casos se deben a temas de interés específico que constituyen el eje de la comunicación. A esto hay que añadir otra investigación cualitativa de carácter exploratorio Lameiro y Sanchez (1998 b), respecto a los vínculos que se establecen en Internet a través de los cibergrupos en la cual se concluyó que el acercamiento de las personas a Internet, por lo general no tiene un propósito definido, sino que obedece, en la mayoría de los casos, a una suerte de curiosidad intelectual por saber de qué se trata esa cuestión del ciberespacio.<sup>v</sup>

Por su parte Castells (1997) considera que las redes constituyen soportes para los lazos débiles en la medida en que raramente construyen relaciones personales duraderas. Las personas se conectan y desconectan de la red, cambian de compañeros, de interés y no revelan necesariamente su identidad, aunque tampoco se la inventan (como veremos más adelante). Pero también reconoce que Internet puede contribuir a mantener los lazos fuertes a distancia, ya que gracias al uso del correo electrónico se está ayudando a que las relaciones familiares se fortalezcan, de modo que las redes se estarían construyendo de acuerdo a las elecciones y las estrategias de los actores sociales, sean estos individuos, familias o grupos sociales.

Así pues, de todos estos datos podemos concluir que las interacciones que se dan en el ciberespacio presentan un modelo social organizado en torno a "comunidades electivas" o de interés y a la interacción individualizada, basada casi siempre en las relaciones sociales de la vida real, o "una conexión en red personalizada a una amplia gama de situaciones sociales que demuestran el triunfo de la sociabilidad desde abajo" Castells (2001, 153). Internet pues, es un medio efectivo para mantener los lazos sociales débiles y en determinadas condiciones puede a su vez crear nuevos tipos de lazos débiles como ocurre en las comunidades de interés que surgen con diversos resultados.<sup>vi</sup>

### **3. Las Comunidades Virtuales en el Ciberespacio**



El término "comunidades virtuales" fue acuñado por Rheingold (1994, 20) quien las define como "...agregaciones sociales que emergen de la red cuando un número suficiente de personas entablan discusiones públicas durante un tiempo lo suficientemente largo, con suficiente sentimiento humano, para formar redes de relaciones personales en el ciberespacio." En ésta definición encontramos tres elementos básicos: la interactividad, el componente afectivo y el tiempo de interactividad, como condiciones para que exista una comunidad virtual, las mismas que corresponden a algunas de las características de las comunidades en general, las cuales no vienen a ser sino comunidades de interés.

En efecto, es en las comunidades de interés donde se encuentra el origen de las comunidades virtuales las cuales nacen de la búsqueda de contacto y colaboración entre individuos con ideas, intereses y/o gustos comunes. Este es el caso de las denominadas listas de interés, que son espacios virtuales de intercambio, donde individuos de todo el mundo tienen la posibilidad de comunicarse entre sí, en base a una temática común. Ahora bien, esta posibilidad de "agrupación virtual" se debe a que las redes telemáticas han hecho posible la comunicación interactiva "técnicamente igualitaria", en el sentido de dispositivos con una arquitectura de red que operan al mismo nivel. Sin embargo, tal interpretación técnica no puede ser trasladada ingenuamente como igualitarismo social o cultural. En todo caso "el igual a igual" asumido en un sentido no técnico, se refiere a la relación que se establece entre usuarios de la red cultural y socialmente iguales. En otras palabras, entre aquellos que buscan el contacto y, eventualmente, el consuelo o la colaboración entre semejantes. He aquí por qué las comunidades virtuales se configuran como punto de encuentro en el que se cultivan sobre todo las "afinidades electivas" (Maldonado, 1998).

Así pues, estas redes vienen a ser formas de comunidades especializadas y exclusivas, con lo cual no se habría dejado de participar en un conjunto cerrado de relaciones (de familiares, amigos, dueños o empleados de negocios, miembros de grupos religiosos, académicos, artísticos, etc). Estos tipos de asociación se producen porque ofrecen diversas ventajas, entre ellas la de satisfacer la necesidad de protección que es sin duda, una de las raíces más viejas de la motivación para la unión. No cabe duda que el tipo de grupo exclusivo que se caracteriza por una unidad duradera, y con modos de comportamiento cooperativos entre los compañeros, es típico entre los humanos (Eibl-Eibesfeldt, 1981). Aunque hay que tomar en cuenta que "la cooperación y la complementariedad no son nociones que se oponen de modo absoluto a las competiciones, conflictos y antagonismos,



sino que constituyen con ellos una especie de dos polos a través de los cuales se conforma de manera oscilante la organización social" (Morin, 1974, 44), sea ésta indistintamente off-line u on-line.

### ***Creación, mantenimiento y desarrollo de las Comunidades Virtuales***

Para entender un poco mejor como se crean las comunidades virtuales podemos remitirnos de nuevo a Rheingold, (1994, 21) quien nos presenta un símil muy interesante: "...imaginemos que el ciberespacio es como una cápsula de Petri social, la Red (Internet) es el medio agar y las comunidades virtuales, con toda su diversidad, son las colonias de microorganismos que crecen en cápsulas de Petri. Cada una de las pequeñas colonias de organismos - las comunidades de la Red- es un experimento social que nadie planeó, pero que aún así se está llevando a cabo."

En efecto, como en todo grupo social, una comunidad virtual pasa por varias etapas desde su formación, presentando todo un ciclo de vida. En dicho ciclo se producen diversos movimientos guiados por las pautas de interacción entre los miembros y el contenido de la comunidad, las actividades que realizan y la interacción entre ellos. Básicamente, las comunidades comienzan por atraer a sus miembros y en esta fase se genera mucha interacción. Luego el "tráfico" en la comunidad se va concentrando en temas o subtemas específicos y posteriormente al crearse una base de identidad entre los miembros, el tráfico se estabiliza por lo que en esta nueva fase de concentración la comunidad tiende a especializarse. De una forma más precisa, Hagel y Armstrong (1997) han estudiado este proceso de evolución de una comunidad denominando a los dos movimientos que se producen en distinta dirección pero interdependientes como: de profundidad y amplitud fractálica. La profundidad fractálica se produce cuando una comunidad se segmenta en fragmentos determinados por subtemas o áreas de interés entre sus miembros. Se crea entonces más focos y lazos más estrechos entre los miembros asociados a un mismo tema. Esta dinámica se produce dentro de la misma comunidad por subdivisión de su área principal de interés. En cambio, la amplitud fractálica, rebasa los límites de la comunidad y ocurre cuando esta comienza a crear otras áreas no relacionadas directamente con su tema principal, pero que pueden complementar su foco de interés y dar lugar a que los miembros introduzcan nuevos temas en sus áreas específicas o la creación de nuevas comunidades, relacionadas con la primera y que complementan el trabajo de la primera.





Asimismo, la dinámica de las comunidades virtuales está orientada de acuerdo al principio del beneficio creciente, tanto para la organización que administra la comunidad como para sus miembros y se produce en la forma de un espiral acumulativo creciente. Como punto de partida, un contenido interesante atrae miembros a la comunidad, lo cual genera a su vez más contenidos producidos por sus miembros, que a su vez hacen más atractivo el contenido. Se completa así el primer ciclo acumulativo. Al mismo tiempo, los miembros perciben entonces un mayor valor en la comunidad lo cual promueve mayor y mejor interacción entre ellos, creando una mayor lealtad hacia la comunidad y una mayor permanencia de los usuarios en ella. Una mayor lealtad promueve aún más la interacción entre sus miembros al sentirse más identificados con la comunidad y con los otros miembros, lo cual crea más valor y más lealtad. Se cumple entonces el segundo ciclo, el de la construcción de lealtades. La participación creciente de los miembros y la interacción entre ellos genera una información cada vez más completa sobre los miembros de la comunidad y su perfil de preferencias, intereses y puntos de vista. Estos perfiles permiten a los administradores de la comunidad y a sus propios miembros focalizar sus actividades hacia los miembros individuales o hacia grupos o subgrupos de miembros, lo cual focaliza aún más los perfiles y crea más valor para la comunidad. El valor percibido de la comunidad, atrae a usuarios externos y a administradores de otras comunidades, lo cual estimula la realización de transacciones diversas entre los miembros y entre los miembros de la comunidad de referencia y los de otras comunidades. Este es el tercer ciclo de transacciones, en el cual los miembros comienzan a intercambiar valores entre ellos y con los administradores de la comunidad (tiempo, datos, informaciones y conocimientos). Así, cada ciclo contribuye a crear valor en la comunidad y dentro de cada uno de ellos.

Estas son las características estructurales, dinámicas y evolutivas de las comunidades virtuales. En realidad, no se diferencian en gran medida de las comunidades del mundo físico que conocemos. El ser humano traslada al ciberespacio sus modos de vida en sociedad y su cultura y configura ese espacio para que responda a sus necesidades. En lo que respecta a su tiempo de vida, la mayoría de las comunidades on line suelen ser efímeras y rara vez articulan la interacción on line con la interacción física. Podríamos entenderlas más bien como redes de sociabilidad con una geometría y una composición variables, según los intereses cambiantes de los agentes sociales y según el tamaño de la red. En gran medida, el tema que define el objetivo de la interacción on line define a sus participantes, convirtiéndose en formas de "comunidades especializadas" construidas en torno a intereses específicos. Como es muy probable que la gente



pertenezca a varias de estas redes a la vez, los individuos tienden a diseñar sus propias "carteras de sociabilidad", invirtiendo diferencialmente en diversos momentos, en una variedad de redes de fácil entrada y bajos costos de oportunidad. De ahí su extremada flexibilidad pues los individuos construyen y reconstruyen sus modelos de interacción social continuamente. Por otra parte, como el nivel de compromiso exigido es relativamente bajo, las formas de apoyo social pueden resultar un tanto frágiles Castells (1997, 153). Esto se debe quizás al hecho de que los individuos asociados "anónimamente" pueden formar solamente grupos frágiles y tienden a responder agnósticamente a los displays mutuos (Smith, 1982), tal y como lo sostiene la etología de la comunicación, de ahí la necesidad de saber quién es el Homo comunicans y cómo se ha formado.

Hay que considerar que la esencia de todas estas comunidades no radica en la naturaleza de la CMO que las estructura, sino en el hecho de que están integradas por individuos reales, de carne y hueso, que al integrar un grupo adoptan determinadas actitudes que dependen del grado de "interés en común" que los une y del tipo de contacto que establecen, esto último muy importante a tener en cuenta ya que los individuos, en presencia unos de otros, interactúan de formas muy diferentes, según hayan establecido o no relaciones mutuas basadas en el reconocimiento individual. Sin embargo, muchas veces en la expresión "comunidades virtuales" parece que el término virtual (sustento tecnológico) sería determinante de una forma nueva y hasta idílica de entender la comunidad, desconociendo al ser humano que se interpone entre lo real y lo utópico, entre lo posible y lo deseable. No olvidemos que hemos sido y posiblemente sigamos siendo los mismos animales que nuestros antepasados cazadores. Todos nosotros, absolutamente todos, independientemente de cualquier condicionante socio-cultural hemos salido de ese tronco y poseemos las mismas propiedades genéticas básicas. Todos somos monos desnudos bajo la extraordinaria variedad de vestidos que hemos adoptado (Morris, 1992). No está de más que recordemos esto cuando empezamos a practicar nuestros juegos de formación de grupos bajo las tremendas presiones de la vida supertribal que se imponen en éste mundo globalizado.

Se hace evidente entonces cómo "la gente adapta Internet a sus vidas, en lugar de transformar su propio comportamiento por el impacto de la tecnología." Por eso pensamos que esa sensación de "comunitarismo global", resulta ser un espejismo que, como bien señala Trejo (1996,) nos hace creer que la red de redes es un mundo ideal, en donde la fraternidad se impone sobre la diversidad, cohesionándola y dándole sentido, creando un espíritu comunitario y una igualdad de oportunidades idílica. Sin



embargo, sabemos que en el mundo real, las cosas no son tan sencillas como parecieran desde la perspectiva del pretendidamente "igualitario intercambio cibernético". Hay relaciones de poder, e intereses de todo tipo que se reproducen en el universo de las redes electrónicas, como también en la vida misma. Lo que definitivamente tenemos en Internet es un espacio nuevo para el intercambio y la propagación de información, pero allí, como en cualquier otro de los espacios sociales, culturales y/o tecnológicos, se reflejan y recrean las discrepancias y las desigualdades que existen en otras zonas de la actividad humana.

De ahí que se necesario, de acuerdo a lo que hemos visto, considerar nuestra disposición natural de raíces filogenéticas para la formación de grupos, la estructura motivacional de la asociación en la que se basa el establecimiento del contacto interpersonal, nuestra capacidad para la convivencia cooperativa, etc. que son claves para la comprensión del desarrollo de las comunidades virtuales y que guardan relación con el tema de nuestra identidad como personas y seres humanos en general.

#### **4. La identidad en el ciberespacio**

En la comunicación, una de las actividades primarias del hombre, conocer la identidad de aquellos con los que nos comunicamos es esencial para comprender y evaluar una interacción. En el mundo físico existe una inherente unidad en torno del yo, porque el cuerpo provee una definición obligada y conveniente de la identidad. Aunque el yo puede ser complejo y mutable dependiendo de las circunstancias y el tiempo, el cuerpo provee un elemento estabilizador. Nuestra presentación convencional del yo asume que nosotros no podemos cambiar las bases de nuestra apariencia. Las características físicas, aunque modificables ligeramente por medio de la manipulación cosmética o la moda, son básicamente inalterables. Como nos vemos tenemos que vivir (Reid, 1991)

Ahora bien, en el espacio virtual las cosas se presentan de otro modo pues él se compone de información en vez de materia. La información es extensa y difusa por lo que la interacción social a través de Internet tiene características muy particulares: en el ciberespacio el usuario no necesita "ver" al otro para comunicarse, la persona no tiene ningún indicio de la apariencia física de éste, su tono e inflexiones de voz, sus gestos, etc. Más aún, el individuo puede desconocer el país y la ciudad de proveniencia de su interlocutor. El único indicador que un usuario tiene de la imagen del otro es la representación que éste hace de si mismo a través de Internet.



Así, mientras que en la "vida real" el sujeto no decide voluntariamente su nombre, su sexo, raza, edad, etc., es posible que en el ciberespacio la realidad sea distinta, allí el sujeto puede ser lo que él quiera o decida ser.

Este aspecto volitivo en la construcción de la identidad virtual, que no está presente en el "yo" de la "vida real" determinaría una identidad ambigua, siendo muy discutible la autenticidad de las relaciones que ahí se atestiguan (Salazar, 2001). Por tanto, se ha concluido que el hecho de poder exteriorizar por medio de los ordenadores aspectos heterogéneos del Yo, está configurando un "ethos posmoderno" cuyo valor radica en las identidades múltiples. Esto nos estaría llevando hacia una cultura de la simulación en la que se construyen identidades por efecto de la paulatina disolución de las fronteras entre lo real y lo virtual (Turkle, 1997). Se afirma pues, que en la realidad virtual la gente podría explorar, construir y reconstruir sus identidades, pero como ya hemos anotado, los usos de Internet son fundamentalmente instrumentales y están estrechamente relacionados con el trabajo, la familia y la vida cotidiana de los usuarios. Si esto es así, la actividad social usual de la vida real está presente en Internet mientras que los juegos de rol y la construcción de la identidad como base de la interacción on line constituyen una porción muy reducida de la sociabilidad, siendo un tipo de actividad que tiende a concentrarse especialmente en círculos adolescentes, edad propia de la búsqueda de identidad. Así pues, en los innumerables chats que se alojan en Internet, la mayoría de esos jóvenes se presentan con un "nickname" o apodo breve, que muchas veces no expresa claramente ni el sexo ni la nación de origen y juegan con su identidad participando en salas de diálogo con personalidades de ficción. En sí mismo, el hecho del juego o la mascarada puede ser inocuo y hasta benéfico al cumplir un papel terapéutico o de diversión y esparcimiento. No obstante, la proliferación de estudios sobre esta cuestión ha hecho que se perciba a Internet como un terreno privilegiado para la práctica de las fantasías personales, cuando en realidad casi nunca lo es. Internet es una extensión de la vida tal como es, en todas sus dimensiones y modalidades.<sup>vii</sup>

Ahora bien, esto no niega la existencia de los flujos sin rostro que hoy conforman a la "Sociedad Red." No cabe duda que la incorporación incesante de información nos ofrece la posibilidad de ser arrastrados por innumerables rutas y direcciones, invitándonos a desempeñar una variedad de roles y haciendo que "el poder de los flujos tenga prioridad sobre los flujos de poder" (Castells, 1997, 505) Sin embargo, creemos que esta posibilidad estaría en contradicción con la necesidad natural del hombre de afirmarse en un espacio determinado y entablar relaciones con cierto



número de personas. A primera vista, parece perderse el modelo tribal persona a persona y que el péndulo social empieza a oscilar hacia el lado contrario, sin embargo como quiera que sea, el hombre sigue siendo un ser gregario pues no ha dejado de participar concretamente en un conjunto cerrado de relaciones, tal y como hemos tratado de demostrar hasta aquí.

El hecho real es que “nuestras sociedades se están estructurando cada vez más en torno a una oposición bipolar entre la Red y el Yo, entre dos lógicas espaciales, la del espacio de los flujos y la del espacio de los lugares” (Castells, 1997, 29). De ahí que cuanto más percibimos las posibilidades de las TICs, más nos damos cuenta de la gigantesca brecha que existe entre el incremento de nuestras ambiciones tecnológicas y nuestra organización social primitiva, inconsciente, cuya lógica se circunscribe dentro de un grupo a pequeña escala, que privilegia la comunidad local. No cabe duda que la lucha que libramos entre la defensa del espacio propio contra los imperativos del espacio de los flujos, no es más que la oposición entre la artificialidad de la “vida moderna” y la naturalidad de nuestra “vida primigenia”, entre lo que deseamos ser y lo que somos, entre nuestras posibilidades como Homo fabers y nuestras limitaciones como Homo politicus. Ecce Homo.

## **BIBLIOGRAFÍA**

1. CASTELLS, M. (1997): La Era de la Información. Economía Sociedad y Cultura. Vol.1 La *sociedad red*. Madrid, Alianza Editorial.
2. .... (2001) *Galaxia Internet*. Barcelona, Plaza y Janés Edit.
3. CODINA, L. (1994) El papel del lenguaje natural en los sistemas multimedia: una reflexión sobre la tecno-simpleza y la ciber-ingenuidad. *Cuadernos de Documentación Multimedia*. N°3

<http://www.ucm.es/info/multidoc/multidoc/revista/cuadern3/codina.htm>

4. ECHEVARRIA, J. (1994) *Telépolis*. Barcelona, Edic. Destino
5. EIBL-EIIBESFELDT, I. (1981) *El hombre preprogramado*. Madrid, Alianza Editorial.
6. GERGEN, K. (1992) *El Yo saturado*. Barcelona, Paidós Ibérica.
7. GUBERN, R. (1987) *El simio informatizado*. Madrid, Fundesco.
8. HAGEL, J y ARMSTRONG, A. (1997) *Net.gain: expanding markets through virtual communities* Harvard Bussines School Press. Boston, USA.



9. LAMEIRO, M y SÁNCHEZ, R. (1998) "Vínculos e Internet." Resumen de la investigación cualitativa acerca de las nuevas formas de vincularse.  
<http://www.geocities.com/Athens/Acropolis/5912/vinculo.htm>
- 10..... (1998) "Los cibergrupos: su formación y mantenimiento." *Boletín de la Sociedad Española de Psicoterapia y Técnicas de Grupo*. Barcelona, Epoca IV Nº13 (pág. 179-182).
- 11.MALDONADO, T. (1998) *Crítica de la razón informática*. Barcelona, Paidós.
- 12.MASUDA, Y. (1985) Una nueva era de redes de información global: su impacto en países en desarrollo, en: RODRIGUES, G. (comp.), *La era teleinformática*, Buenos Aires, Elios Ediciones.
- 13.MORIN, E. (1974) *El paradigma perdido: El paraíso olvidado. Ensayo de bioantropología*. Barcelona, Ed. Kairós.
- 14.MORRIS, D. (1992) *"El zoo humano."* Barcelona, Plaza y Janés Edit..
- 15.REID, E. (1991) *Electropolis: Communication and Community on Internet Relay Chat*. Universidad de Melbourne
- 16.RHEINGOLD, H. (1994). *La comunidad virtual. Una sociedad sin fronteras*. Barcelona, Gedisa
- 17.SALAZAR, J. (1999) "El ciberespacio ¿Espacio para la socialización real o irreal?" *Ciberpsicología. Nuevas Tecnologías, Sociedad y Psicología a las puertas del siglo XXI*. En: <http://salazarjavier.mindspages.net/papers.html>
- 18..... (2001) "Identidad virtual: La 'online persona', el 'yo' y sus propiedades." En: <http://salazarjavier.mindspages.net/identidadvirtual.pdf>
- 19.SMITH, W. J. (1982) *Etología de la comunicación*. México. FCE
- 20.TREJO DELARBRE, Raúl (1996) *La nueva alfombra mágica. Usos y mitos de internet, la red de redes*. Madrid, Fundesco
- 21.TURKLE, S. (1997) *La vida en la pantalla*. Barcelona, Edit Paidós..
- 22.WALLACE, P. (2001) *Psicología de Internet*. Barcelona, Edit. Paidós.

## NOTAS DE CITAS



---

<sup>i</sup>Las distintas expresiones analógicas empleadas (aproximarse o apartarse físicamente, mirar fijamente a los ojos, sobre la cabeza o a los pies del otro, dar la espalda, inclinarse, alzar el puño, etc.) constituyen los elementos paralingüísticos que son pautas de conducta que los etólogos llaman displays y son fundamentales para el establecimiento de la comunicación y las consiguientes relaciones interpersonales.

<sup>ii</sup> Para GUBERN la masificación en el ámbito público (intensa proximidad física de la densificación urbana) y el fomento de las industrias de electrodomésticos y la telemática, ha provocado un distanciamiento afectivo entre la gente que invita al refugio emocional en las formas de comunidad más primarias. Por eso las nuevas tecnologías de la *hogarótica* tratan de cohesionar a la familia en el seno del hogar, precisamente en la época en que es más patente su crisis por sus tendencias centrífugas, dibujando una oposición entre masificación y atomización social, extroversión pública y reclusión hogareña.

<sup>iii</sup> Así lo demuestran también los trabajos de Barry Wellman, la reseña de los estudios sobre comunidades virtuales de Steve Jones y la rigurosa recensión de los estudios sociológicos sobre Internet realizada por DiMaggio, Hargittai, Neuman y Robinson (2001). Citados por CASTELLS. *Galaxia Internet*. p.138

<sup>iv</sup> Se trata de un estudio a usuarios de grupos de noticias que respondieron al cuestionario de Parks y Floyd y que proporcionaron mucha información sobre los niveles de desarrollo de sus relaciones en la red. Citado por WALLACE. *Psicología de Internet*. p.178

<sup>v</sup> Si bien se registran otras formas de acercamiento, como por motivos profesionales o académicos, estos casos constituyen una minoría; además se ha observado que estos usuarios, una vez satisfechos esos motivos utilitarios, desarrollan una actitud hacia Internet acorde con la tendencia general que privilegia la comunicación humana, es decir la dimensión interpersonal de Internet, antes que su poder informativo.

<sup>vi</sup> Así lo indican datos procedentes de estudios llevados a cabo por Barry Wellman y colegas, así como el Internet & American Life Project del Instituto Pew. Citado por CASTELLS, *Galaxia Internet*. p.150

<sup>vii</sup> Los estudios de Nancy Baym, sobre el comportamiento de las comunidades on line realizado sobre la base de su estudio etnográfico de r.a.t.s (un grupo de noticias dedicado a las telenovelas) afirma que la realidad parece indicar que probablemente la mayoría de los usuarios sociales de la CMO, crean sus propias identidades on line coherentes con sus identidades off line. Citado por CASTELLS *op.cit.* p.139