

REDES Y RELACIONES SOCIALES: ESPACIOS VIRTUALES PARA LA COMUNICACIÓN

MARÍA DEL MAR SÁNCHEZ VERA Y MARÍA PAZ PRENDES ESPINOSA
UNIVERSIDAD DE MURCIA

1. COMUNICACIÓN E INTERACCIÓN SOCIAL

Hemos observado en el último lustro cómo cada vez las redes telemáticas son espacios sociales, espacios donde las personas se interrelacionan, donde la virtualidad se ha convertido para muchos en nuestro más importante espacio de comunicación. Podemos decir que con las TIC “comunicación ha roto sus fronteras”, siendo principalmente los menores de 30 años quienes más facilidades tienen en el momento de incorporar cualquier nueva tecnología así como nuevas modalidades de comunicación (Prendes, 2005, 131). En esta misma línea de pensamiento, Martínez y Solano (2003, 15) opinan que dichas redes telemáticas han influido en la forma de “acceder a la información y de materializar ésta en conocimiento, así como en la delimitación de pautas de comportamiento social, no sólo en el espacio de las redes (espacios virtuales) sino también en el contexto presencial de la comunicación”. Al igual que los autores anteriores, Rizo (2006, 6) considera que con el auge de las TIC “vivimos una suerte de revolución sociocultural que permite la creación y consolidación de nuevas modalidades de comunicación y, por tanto, de interacción”, siendo ésta una de las dimensiones más importantes de la comunicación.

Desde otro punto de vista se considera la interacción como uno de los elementos esenciales del proceso educativo (concepción constructivista), pudiendo definir este elemento como una acción recíproca entre dos más agentes siendo interesante destacar que el resultado es siempre la modificación de los estados de los participantes (Rizo, 2006). Meneses (2006) analiza la influencia de las TIC en la comunicación y la interacción. Para Moral (2009, 232-233) existe un continuo crecimiento de los servicios con finalidad personal o social debido a la implan-

tación de las TIC, concretamente de Internet, siendo un espacio de interacción social. Afirma que la comunicación y la interacción electrónica pueden traer una serie de consecuencias negativas y positivas. Respecto a las primeras de ellas: “mayor dificultad de llegar a acuerdos en grupo y la presentación frecuente de comportamientos hostiles y agresivos; relaciones poco profundas e impersonales; un menor grado de autoconciencia e identidad individual; una disminución de la participación social y del bienestar psicológico; un mayor grado de falsedad en los datos personales de los participantes”. Respecto a las consecuencias positivas serían: “que en la interacción a través del ordenador, los usuarios habituales pueden conseguir una comunicación con un contenido socioemocional igual o superior al que puedan darse en las interacciones cara a cara; la consecuencia de un nivel de intimidad muy alto en periodos muy breves de tiempo; la igualación del estatus de los participantes; la posibilidad de poner de manifiesto aspectos ocultos de la personalidad y de incrementar la autoestima, el incremento del círculo social y la incorporación de las relaciones personales del espacio virtual al espacio real”.

Para Moral (2009, 232-233) existe un continuo crecimiento de los servicios con finalidad personal o social debido a la implantación de las TIC, concretamente de Internet, siendo un espacio de interacción social. Afirma que la comunicación y la interacción electrónica pueden traer una serie de consecuencias negativas y positivas. Respecto a las primeras de ellas: “mayor dificultad de llegar a acuerdos en grupo y la presentación frecuente de comportamientos hostiles y agresivos; relaciones poco profundas e impersonales; un menor grado de autoconciencia e identidad individual; una disminución de la participación social y del bienestar psicológico; un mayor grado de falsedad en los datos personales de los participantes”. Respecto a las consecuencias positivas serían: “que en la interacción a través del ordenador, los usuarios habituales pueden conseguir una comunicación con un contenido socioemocional igual o superior al que puedan darse en las interacciones cara a cara; la consecuencia de un nivel de intimidad muy alto en periodos muy breves de tiempo; la igualación del estatus de los participantes; la posibilidad de poner de manifiesto aspectos ocultos de la personalidad y de incrementar la autoestima, el incremento del círculo social y la incorporación de las relaciones personales del espacio virtual al espacio real”.

2. ¿CÓMO ES LA COMUNICACIÓN EN RED?

La comunicación hemos afirmado que es la base de toda interacción social, siendo un proceso básico para la construcción de la vida en sociedad que actúa como mecanismo activador del diálogo y la convivencia entre personas (Rizo, 2006). Actualmente nos encontramos en una nueva realidad, la llamada *era de la*

información compartida, que evidentemente, ha afectado a los modelos anteriores de comunicación en los que el ser humano ha pasado por las llamada *era de la información registrada* (aparición del lenguaje escrito y la imprenta) y la *era de la información transmitida* (medios de masas) (Naeve, 2005). En el modelo de comunicación para la *era de la información compartida*, cada usuario decide lo que quiere, la dirección en la que se mueve la información, participa y tiene como fuente la información a su comunidad.

Por otro lado, Martínez (2007, 41) considera que los modelos de comunicación en la nueva situación tecnológica son “situaciones de comunicación dilatadas en el espacio si bien puede hablarse de situaciones presenciales aceptando la creación de un *espacio virtual de comunicación* en el que se desarrolla el proceso y que los interlocutores comparten”. Siguiendo al mencionado autor, nos encontramos ante diferentes situaciones de comunicación en las que el espacio que separa a los interlocutores no ha de ser una variable a considerar: *cuasipresencial*, cuando los interlocutores participan en un proceso de comunicación compartiendo un mismo tiempo y coincidiendo en un mismo espacio virtual (videoconferencia); *sincrónica*, cuando existe una coincidencia en el tiempo entre los interlocutores (teléfono); *cuasisincrónica*, es aquella en que la conexión es sincrónica, pero la comunicación no lo es como consecuencia de la necesidad de utilizar códigos que requieren de tiempo para su utilización, a lo que hay que unir el tiempo necesario para la transmisión de éste (chat); *asincrónica*, el intercambio de la información puede ser instantáneo, no lo es obligatoriamente su recepción por parte de los interlocutores (correo electrónico).

3. LAS REDES SOCIALIZAN

Esta conclusión no se tuvo en cuenta en los primeros estudios sobre las interacciones que permitía la red, ya que, durante los años 90, los estudios vaticinaban que Internet produciría el aislamiento social del individuo. Como ejemplo de ello, un estudio publicado en 1998 en la revista *American Psychologist* concluía que el uso de Internet disminuía las relaciones sociales. Por su parte Castells, al contrario de McLuhan cuando predecía la aldea global, señalaba que a consecuencia del uso de Internet acabaríamos siendo “chalecitos individuales, producidos a escala global y distribuidos localmente” (1996: 373).

Pero el transcurrir de los años no les ha dado la razón, sino más bien lo contrario. De hecho, investigadores como Kraut que en el año 1998 habían liderado los estudios que suponían el aislamiento del individuo, años más tarde (en 2001) declara que los resultados obtenidos en el 98 habían desaparecido prácticamente, y que esto era debido a que Internet se había transformado en esos tres años (Herrero, Meneses, Valiente y Rodríguez, 2004). La evolución de las aplicaciones

para comunicarnos en red no vienen sino a ofrecer más espacios para la comunicación e interacción. Nadie puede cuestionar la influencia de la Web 2.0 en los nuevos modelos de interacción social, puesto que ésta permite y potencia espacios virtuales para la participación y la interacción social gratuita basada en aplicaciones telemáticas intuitivas y fáciles de manejar, siendo “una revolución social que busca una arquitectura de la participación a través de aplicaciones y servicios abiertos” (Castaño, 2007).

La interacción social ha dejado de ser patrimonio exclusivo del contexto presencial para ser cada vez más frecuente en la comunicación que se produce en red. Se da además la situación de que los estudiantes que se encuentran en nuestro sistema escolar pertenecen a la llamada *net-generation*, una generación que inicia su existencia con recursos o medios para comunicarse de manera electrónica a través de una red (Edel, 2006). Según el informe “*Infancia y Adolescencia en la Sociedad de la Información*” del Observatorio de las Telecomunicaciones de Red.es (2005) el 63% de los hogares con niños de hasta 15 años está conectado a Internet, además el 66% de los niños y el 84% de los jóvenes son internautas y ambos grupos usan Internet con más frecuencia que los adultos. Es decir, nos encontramos ante unos estudiantes que son usuarios formales de los ordenadores, que trabajan con las TIC (Tecnologías de la Información y la Comunicación) en la escuela, en el hogar, y las utilizan como fuente de entretenimiento y medio de comunicación.

Según Castañeda, González y Serrano (2011) los jóvenes consideran la Web como parte de su entorno, puesto que residen en la red (White, 2008) siendo, probablemente, las redes sociales el espacio favorito; de hecho, el 69% de los menores españoles de entre 10 y 18 años tiene un perfil en, al menos una red social, y un 35% lo tiene en más de una (Bringué y Sadaba, 2011). Existe un uso diferenciado de distintas redes sociales según las diversas franjas de edad. Puede deducirse que el liderazgo de Facebook se sustenta en una penetración homogénea entre las diferentes edades. Es la red social online más utilizada, acaparando un mayor porcentaje de público de todas las edades. Messenger muestra un perfil similar a Facebook excepto en la franja de mayores de 36 años, donde pierde penetración. Tuenti por su parte se asocia principalmente con el público más joven (The Cocktail Analysis, 2011).

En los últimos años la red ha experimentado una serie de cambios a un ritmo vertiginoso, cambios con los cuales ha quedado patente el protagonismo que está asumiendo el usuario, tanto en número como en participación, por lo que se potencian las relaciones entre las personas convirtiéndose “por fin Internet en una red de personas REAL, donde podemos situar el nacimiento de las *Redes sociales*” (Castañeda, González y Serrano, 2011).

Castañeda y Gutiérrez (2010, 18), tras analizar el concepto de redes sociales y su evolución, construyen una definición que las diferencia de otras herramientas

2.0 que tienen una *red social subyacente*, considerando las redes sociales como “aquellas herramientas telemáticas de comunicación que tienen como base la Web, se organizan alrededor de perfiles personales o profesionales de los usuarios y tienen como objetivo conectar secuencialmente a los propietarios de dichos perfiles a través de categorías, grupos, etiquetados personales, etc., ligados a su propia persona o perfil profesional”.

Llegados a este punto, sabemos qué son las redes sociales, los cambios que este tipo de tecnologías han provocado en los modelos de comunicación e interacción, pero... ¿por qué?... ¿cuáles pueden ser las causas de que estas herramientas tengan tantos adeptos por todo el planeta? Según un informe presentado a principios del año 2011 por la agencia *The cocktail analysis*, la sociabilidad y la gratuidad son los principales motivos de pertinencia a estas redes, permitiendo y facilitando la comunicación:

- *Gratuidad*: se compara con otras herramientas de comunicación clásicas (teléfono móvil...). Incluso su uso a través de Internet móvil se percibe más rentable en términos económicos, gracias a las tarifas planas de datos o los servicios de redes en movilidad, como Tuenti móvil.
- *Del one to one, al one to many*: la audiencia concentrada permite optimizar el esfuerzo del usuario en sus comunicaciones, principalmente en su centralidad para el seguimiento de la agenda social.
- *Disponibilidad*: la omnipresencia del pc en los entornos más comunes y la extensión del uso de redes a través de dispositivos móviles (véanse el éxito de ventas de las tabletas o las pantallas cada vez más grandes de los teléfonos móviles).

Según esta agencia, “las mismas interacciones son una motivación en sí misma” siendo fácil la interacción y por otra parte exigiendo escaso esfuerzo al usuario, estando todo esto acompañado de una forma entretenida, haciéndose así la interacción “más intensa y extensa” (The Cocktail Analysis, 2011, 39).

Todas estas cuestiones están dando lugar a la creación de nuevos escenarios de aprendizaje, puesto que las TIC “pueden suponer una transformación radical del quehacer docente y discente o una oportunidad para mejorar la forma de trabajo en contextos más experimentados (García-Valcárcel y Tejedor, 2011, 46). Para ello será necesario redefinir los procesos educativos, rediseñar métodos y medios de enseñanza que se deseen utilizar.

De otro lado, debemos prestar atención a la formación de ciudadanos capaces de desenvolverse en la sociedad actual, en la que los estudiantes deben de desarrollar una serie de competencias básicas que favorezcan su inclusión en la sociedad y sobre todo que sean capaces de mantener una actitud crítica ante los abundantes medios audiovisuales y de comunicación de masas que a su vez se

han convertido en instrumentos de sociabilización de un poder incalculable (Cabrero y Guerra, 2011).

4. ADOLESCENTES EN RED

Tal y como hemos visto anteriormente, la interacción social ha dejado de ser patrimonio exclusivo del contexto presencial para ser cada vez más frecuente en la comunicación que se produce en red. Poco sabemos acerca de cómo los jóvenes se relacionan en diferentes contextos, si la finalidad con la que se comunican supone el uso de una herramienta o de otra o con qué personas se relacionan en cada uno de estos contextos y si esto tiene una mayor o menor influencia en cada uno de los mismos, aunque sí que es cierto que autores como Wellman (2001) opinan que existe una relación y asociación entre la frecuencia de la comunicación en contextos presenciales y virtuales. Coincidiendo con una de las conclusiones que Aranda et al. (2010) presentaron en una primera fase del proyecto de investigación *Transformemos el ocio digital: un proyecto de socialización el tiempo libre: los jóvenes españoles entre 12 y 18 años hacen una “extensión online de la vida offline”* debido a su alto nivel de integración en su vida cotidiana, siendo estas “herramientas esenciales en relación con la sociabilidad de los y las adolescentes”. Este estudio releva además que los contactos realizados estrictamente online se reducen a porcentajes mínimos.

Actualmente existen diversos factores, tales como la sociabilidad y las interacciones de los jóvenes que son claves para la toma de decisiones sobre el uso que éstos realizan de las tecnologías de comunicación, teniéndolos que tener en consideración en el diseño de procesos formativos y en la elección de modelos de enseñanza-aprendizaje que identifiquen al estudiante como gestor del aprendizaje a lo largo de toda la vida. Teniendo en cuenta esta situación, nos planteamos la necesidad de realizar una investigación que explore las relaciones sociales y los hábitos de comunicación en entornos presenciales y virtuales de los jóvenes y de ahí surge el proyecto CIPRECES.

El proyecto *CIPRECES: Hábitos de comunicación y Relaciones Sociales de los estudiantes en contextos Presenciales y Virtuales* (ref.edu2008-01921) es un proyecto financiado por el Ministerio de Ciencia e Innovación enmarcado en el VI Plan Nacional de Investigación Científica, Desarrollo e Innovación Tecnológica 2008-2011. Este proyecto ha sido desarrollado por un equipo de trabajo formado por un total de trece investigadores y cinco colaboradores (Universidades de Murcia, Huelva, Las Palmas, Oviedo, Islas Baleares, Alicante y Málaga), siendo el director Francisco Martínez Sánchez (Grupo de Investigación de Tecnología Educativa de la Universidad de Murcia).

El proyecto tenía como objetivo describir y analizar los hábitos de comunicación de los estudiantes en edad de escolarización secundaria, tanto en su modalidad presencial, como a través de las redes telemáticas. Pretendimos, por tanto, identificar las posibles correlaciones entre tipos, frecuencias y protagonistas de dichas relaciones comunicativas en los diferentes contextos y situaciones (presencial, tecnológica y virtual), y de esta forma poder conocer los procesos comunicativos de los estudiantes de Educación Secundaria como un aspecto clave de su desarrollo. Toda la información del Proyecto CIPRECES se encuentra disponible en la web: <http://www.um.es/cipreces>.

4.1. Participantes

El proyecto CIPRECES utilizó como sujeto muestral a los estudiantes en edad de escolarización secundaria, concretamente de 12 a 16 años, del territorio nacional. Asimismo, focalizó su atención en el análisis de las principales redes sociales utilizadas por éstos, así como en el análisis del contexto didáctico-curricular de la Educación Secundaria, concibiendo todos ellos como los principales objetos de estudio de la investigación que nos ocupó.

El método de muestreo utilizado ha sido *no probabilístico* y la técnica de selección de la muestra ha sido el *muestreo por cuotas*, ya que la selección se ha realizado entre los sujetos de investigación (en este caso los centros) que reúnen unas determinadas condiciones o criterios de selección. De acuerdo con esta técnica, se ha seleccionado una muestra de Institutos de Educación Secundaria (IES) de siete provincias españolas (Alicante, Huelva, Las Palmas de Gran Canaria, Málaga, Oviedo, Palma de Mallorca y Murcia), coincidiendo éstas con la presencia de miembros del equipo de investigación procedente de cada una de estas Comunidades Autónomas. En el caso específico de Murcia, se amplió la muestra de IES participantes en el estudio por constituir la sede de dirección del proyecto y por disponer del mayor porcentaje de miembros del equipo que participaban en la investigación.

Finalmente, una vez seleccionada la muestra, se procedió a la recogida de la información entre el alumnado de cada uno de los Institutos de Educación Secundaria que formaban parte de la muestra, contando con un total de 3103 sujetos distribuidos por diversas provincias españolas (muestra productora de datos).

4.2. Instrumentos

Uno de los instrumentos utilizados para la recogida de información ha sido el denominado cuestionario *CoGERE sobre hábitos de comunicación en la Generación Red*. Los ítems recogidos en el cuestionario permitieron la indagación de los

hábitos de comunicación y de relación interpersonal de los estudiantes a través de interacciones presenciales, como a través de las herramientas de interacción con TIC. El cuestionario recogía en una primera parte una serie de aspectos referidos al uso que hacen los jóvenes de las redes sociales. En una segunda parte se proponían unas preguntas para la posterior creación de mapas de interacción, que es el caso que nos ocupa y el que procedemos a explicar. En la Figura 1 ofrecemos una imagen de la página web del proyecto y concretamente del Cuestionario *CoGere*.

CIPRECES Hábitos de comunicación y Relaciones Sociales de los estudiantes en contextos Presenciales y Virtuales

Cuestionario sobre hábitos de comunicación en la generación red

PLAN NACIONAL DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA E INNOVACIÓN
Proyecto EDU2013/23877

Grupo de Investigación de Tecnología Educativa
Universidad de Murcia

COGERE CUESTIONARIO SOBRE HÁBITOS DE COMUNICACIÓN EN LA GENERACIÓN RED

Con este cuestionario pretendemos conocer la forma que tienes de comunicarte tanto presencialmente como usando internet. Si el no hay preguntas verdaderas o falsas. Responde con sinceridad, este cuestionario es anónimo.
(Muchas gracias por tu colaboración!)

1. SEXO Hombre Mujer

2. EDAD _____

3. ¿En qué ciudad vives? _____

4. Centro educativo _____

5. CURSO _____

6. Responde a las siguientes cuestiones:

	Home	De noche	Algunas	A menudo	Quase nunca
Participo en actividades recreativas o de ocio organizadas por el instituto, en clubes/santo o cualquier otra entidad u organización:	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Salgo con amigos a pasear, a discotecas, al cine, teatro o a jugar deporte.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

7. ¿Pertenezco a algún grupo social o cívico (boy scout, grupo de teatro, música, coro, danza, etc.)

Sí No

8. Indica que tecnologías tienes en casa y si son tuyas o de algún miembro de tu familia:

	Mío	De mi familia
Móvil	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Reproductor de música (Mp3, Mp4...)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ipod	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Videocuego (PSP, Playstation, Wii, DS...)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Televisión sistema o por cable	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Figura 1. Cuestionario CoGere

Mediante el *instrumento de análisis de los mapas de interacción* de los sujetos de la muestra en el contexto presencial y tecnológico nos permitió obtener datos acerca de la relación que existe entre ambos entornos y el número de contactos que el estudiante indica para cada uno de ellos. El análisis de los datos se realizó a partir de la muestra global de la que se disponía ($f= 3103$) trabajando con 30 cuestionarios por provincias a excepción de la Región de Murcia, de la que se han seleccionado 15 cuestionarios por instituto participante en la investigación, ya que el mayor grueso de datos pertenece a esta región. De este modo, se han analizado 320 mapas de interacción distribuidos en las distintas provincias participantes en el estudio. La técnica de selección de la muestra productora de datos para analizar los mapas de interacción fue al azar.

Nuestro estudio pretendía conseguir un mapa del modelo de interacción del sujeto en cada contexto (presencial y tecnológico), por tanto no podemos hablar propiamente de sociograma, puesto que los sociogramas, tal y como han sido concebidos desde la aparición de la sociometría desarrollada por Moreno (1934), son herramientas para estudiar las dinámicas internas de los grupos. La orientación sociométrica asume dicha naturaleza social de la relación entre las personas, siendo el objetivo de su fundador precisamente, “medir y representar gráficamente” las relaciones que se gestan dentro de los grupos. Se trata, por tanto, de un intento por analizar las relaciones grupales en su dimensión interpersonal y, aunque nosotros pretendemos de cierta forma analizar esas relaciones, no es nuestra intención analizarlas en función de grupos, sino en función de individuos en contextos diferentes. Por ello y, aunque se ha hecho uso de algunas herramientas y metodologías propias de la sociometría, se ha utilizado el término “mapa de interacción comunicativa” para evitar cualquier confusión o duda.

El cuestionario estaba formado por una serie de ítem abiertos en los que cada sujeto tenía que asignar cinco nombres por orden de preferencia en cada una de las dimensiones objeto de análisis (educativa, ocio, y personal) en diferentes contextos de interacción (presencial y tecnológico). Por lo tanto, cada sujeto debía indicar por orden de preferencia: a) un máximo de 5 personas con las que hiciera los deberes en el contexto presencial, a través del móvil y a través de Internet; b) un máximo de 5 personas con las que se divertiera en el contexto presencial, a través del móvil y por Internet; y c) un máximo de 5 personas con las que interactuara en el contexto presencial, a través del móvil y en Internet para hablar de su vida personal y/o problemas (Figura 2).

1. Nombra en orden de preferencia a las 5 personas con las que quedarías o saldrías para hacer lo siguiente en tu vida cotidiana:

Hacer los deberes	Divertirte	Hablar de tu vida personal/problemas
LETICIA	ADRIÁN	LETICIA
MARTA	ISHAEL	ADRIÁN
M. JOSÉ	JOSÉ	MARTA
M. ROCÍO	DANIELA	M. JOSÉ
ELENA	LETICIA	ISHAEL

2. Nombra en orden de preferencia a las 5 personas con las que, utilizando el MÓVIL, harías lo siguiente:

Hacer los deberes	Divertirte	Hablar de tu vida personal/problemas
LETICIA	ADRIÁN	LETICIA
MARTA	ISHAEL	ADRIÁN
JAVIER	JAVIER	JAVIER
M. JOSÉ	MARTE	MARTA
ELENA	JOSÉ	M. ROCÍO

Figura 2. Imagen del instrumento de análisis de mapas de interacción social

4.3. Análisis de datos

Para el tratamiento e interpretación de los datos utilizamos la técnica de análisis de contenido. Dicha técnica consiste en la reducción de datos por medio de la codificación numérica realizando una reducción de datos por medio de la codificación numérica de cada una de las elecciones de los sujetos de la muestra, con el fin de preservar la privacidad de los sujetos participantes en la representación de los mapas de interacción. El procedimiento de codificación de datos ha consistido en asignar un código numérico a un nombre en concreto a partir de la elección realizada por el sujeto, reproduciendo el mismo número en el caso de que el estudiante volviera a indicar el nombre de esa misma persona en otro lugar. Gracias a este procedimiento pudimos analizar las posibles coincidencias o divergencias en los distintos planos de comunicación en los contextos presenciales y virtuales estudiados, así como las tendencias en la interacción con sujetos en cada uno de estos planos, en la Tabla 1 mostramos un ejemplo:

Leticia	1	Ismael	7
Marta	2	José	8
María José	3	Daniel	9
M ^a Rocío	4	Javier	10
Elena	5	Juanito	11
Adrián	6	Jorge	12

Tabla 1. Ejemplo de códigos empleados

En la Tabla 2 mostramos un ejemplo de los mapas de interacción elaborados, concretamente el relacionado con la vida cotidiana y con el móvil. Éste es uno de los ejemplos resultantes del traspaso de información, una vez asignado el código numérico a cada participante seleccionado en cada escenario. En esta tabla se representaban numéricamente las personas con las que interaccionaba en cada contexto de comunicación cada sujeto de nuestra muestra para cada aspecto, en cada una de las actividades estudiadas (hacer los deberes, divertirse, hablar de la vida personal), coincidentes con las dimensiones del estudio de los mapas de interacción que estamos realizando.

Vida cotidiana					
Deberes	1	2	3	4	5
Ocio	6	7	8	9	1
Personal	1	6	2	3	7
Móvil					
Deberes	1	2	3	4	5
Ocio	6	7	10	11	12
Personal	1	6	10	2	4

Tabla 2. Mapa de interacción referido a los planos presenciales y mediados a través de móvil

Mediante esta técnica de codificación de datos podemos ver claramente las elecciones realizadas por cada estudiante, así como las tendencias de interacción en cada uno de los escenarios de comunicación que fueron presentados en el cuestionario.

Todos los instrumentos utilizados en la investigación están disponibles en la página web del Proyecto: <http://www.um.es/cipreces/>

4.4. Resultados sobre la comunicación de nuestros adolescentes

Antes de organizar y agrupar al alumnado por modelos de interacción se realizó un marco previo en el que se identificaron todos los modelos posibles que podemos encontrar. Para ello utilizamos dos criterios. El primero de ellos se refiere a la relación existente entre el entorno presencial y el entorno tecnológico, encontrada a partir del análisis de la coincidencia de los contactos en unos y otros entornos:

- *Entorno presencial.* Se refiere a las cinco personas con las que ellos han indicado que se relacionan prioritariamente de manera presencial. En el cuestionario se preguntaba también por la relación en función de la actividad a realizar, es decir, son las cinco personas con las que se relacionan principalmente para estudiar, otras cinco personas con las que se relacionan principalmente para el ocio (que pueden coincidir o no con las cinco personas escogidas para estudiar) y finalmente, los participantes debían enumerar las cinco personas con las que principalmente se relacionan presencialmente para tratar temas personales.
- *Entorno tecnológico.* En este entorno ubicamos tanto las personas que indicaron con las que se relacionan a través del teléfono móvil, como las

personas que indicaron que se relacionan a través de las redes sociales (entorno virtual). Para cada una de las herramientas los estudiantes indicaron al igual que en el caso anterior una enumeración basada en las preferencias de esos contactos para el estudio, el ocio, o lo personal.

El segundo criterio se refiere al número de contactos que el sujeto indicó para cada contexto. Somos conscientes de que al aparecer más herramientas referidas al entorno tecnológico podemos encontrar un mayor peso en el número de contactos que desarrollan en este ámbito. Sin embargo, consideramos importante destacar en el marco de los modelos, aquellos que indican que tienen un mayor número de amigos en el entorno tecnológico que en el entorno presencial.

Posteriormente, tomamos la decisión de seleccionar variables y criterios comunes entre ellos que permitieran la configuración de modelos de interacción y que definieran los principios de interacción de los jóvenes a través de las redes sociales. Estos criterios comunes nos permitieron agrupar a los estudiantes en cuatro grandes grupos debido al número de contactos en ambos entornos y a la relación entre ambos contextos, posteriormente estos mapas de interacción configuraron los modelos a partir de los criterios explicados.

Este proceso de trabajo nos llevó a identificar el siguiente marco general que mostramos en la Tabla 3, en la que podemos encontrar los diferentes modelos y submodelos en función de los criterios establecidos.

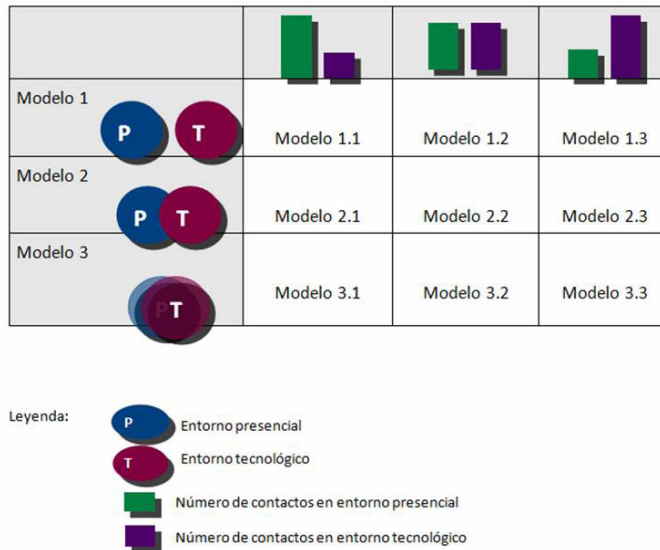


Tabla 3. Marco general de los modelos

Tras la identificación de los rasgos comunes en cada uno de los tres modelos se diferenciaron en tres matrices de datos los sujetos en función del modelo al que pertenecían. Esto nos ha posibilitado hacer una lectura de los mapas de interacción de los sujetos que se ubican en cada modelo, con la información facilitada por éstos en la primera parte del cuestionario y cuyos resultados se han expuesto anteriormente.

El análisis descriptivo de los datos ha permitido profundizar en las características de cada modelo los cuales pasamos a describir a continuación.

Modelo 1: Entorno presencial y tecnológico separados

En el modelo 1 hemos identificado al alumnado que indican que su entorno presencial no tiene relación con su entorno tecnológico. Dentro de este modelo podemos encontrar tres submodelos, que se diferencian en función del peso que puede tener cada entorno en el estudiante.

- Modelo 1.1: En el entorno presencial el alumnado indica un mayor número de contactos. El entorno tecnológico es escaso (apenas utiliza herramientas) y el número de contactos es reducido e incompleto.
- Modelo 1.2: El alumnado tiene contactos tanto presencialmente como tecnológicamente y están más o menos equiparados en número.
- Modelo 1.3: El estudiante indica pocos contactos presencialmente y presenta telemáticamente un número de contactos muy elevado. Además utiliza muchas herramientas diferentes.

Modelo 2: Entorno presencial y tecnológico relacionados

Las relaciones del alumnado tienen contactos comunes en ambos entornos, es decir, han indicado contactos presenciales con los que además se relacionan también tecnológicamente. Al igual que en modelo anterior hemos establecidos diferentes submodelos en función de qué entorno es más amplio según los resultados obtenidos.

- Modelo 2.1: Formado por el alumnado con un gran número de contactos presenciales y que utilizan poco las tecnologías, por lo que presentan un bajo uso de las TIC y pocos contactos en ellas.
- Modelo 2.2: Ambos entornos del alumnado estarían totalmente equiparados en lo que contactos se refiere.
- Modelo 2.3: Integrado por el alumnado que presentan un entorno tecnológico amplio, en el que poseen un amplio número de contactos con los

que se relaciona únicamente en el entorno tecnológico y utilizan un gran número de herramientas telemáticas.

Modelo 3: Entorno presencial y tecnológico totalmente integrados

En este tercer modelo prácticamente todos o incluso la totalidad de los contactos del alumnado forman parte de ambos entornos, es decir, en casi todos los casos los estudiantes indican un determinado número de personas con las que principalmente se relacionan presencialmente y además, estas personas son las mismas con las que se relacionan tecnológicamente.

En el marco general establecido anteriormente, de los 7 submodelos propuestos en nuestra investigación encontramos que los estudiantes se ubican principalmente en 3 de ellos.







			
Modelo 1 	Modelo 1.1	Modelo 1.2	Modelo 1.3
Modelo 2 	Modelo 2.1	Modelo 2.2: 62,4%	Modelo 2.3: 10,45%
Modelo 3 		Modelo 3: 27,11%	

Tabla 4. Marco general de los modelos relacionado con los datos de la investigación

En los modelos 2.2, 2.3 y 2.4 se ubican la mayoría de los sujetos de nuestra investigación. La característica común en todos ellos es que no existe ningún alumnado que desarrolle una serie de contactos en red que no tenga nada de relación con la presencialidad. A continuación detallamos los resultados y características que presentan los sujetos identificados en estos submodelos.

En el modelo 2.2 se ubican un 62,4% de los estudiantes. En este modelo el medio tecnológico sirve como mecanismo de socialización y apoyo de estas amista-

des ya que estos individuos forman parte de su vida virtual del mismo modo que la presencial.

Este alumnado suele utilizar la red para ampliar y mejorar el contacto con sus compañeros, suele tener un grupo de contactos que forman parte de su entorno presencial y que se ven reforzados en la comunicación con ellos en la red.

Por otro lado, el sujeto mantiene contactos presenciales con los que se relaciona únicamente en persona; contactos presenciales con los que se comunica también a través de Internet e identifica contactos con los que sólo interactúa a través de la red.

Las relaciones se complementan y superponen en distintas funciones y realizan varias actividades (estudio, ocio, personal) con la misma persona y en distintos entornos.

Al aumentar el número de contactos, el alumnado muestra un uso amplio de diversas herramientas tecnológicas (principalmente facebook y tuenti), que es en donde amplía su abanico de contactos del entorno tecnológico.

Recordamos que en el modelo 2.3 los estudiantes presentan un amplio abanico de contactos en el entorno tecnológico. Son muy pocos los participantes cuya interacción puede ser clasificada en este modelo (10,45%), aunque es significativo reconocer que son sujetos con un grado de sociabilidad alto tanto en contextos presenciales como virtuales, siendo las actividades de ocio y de interrelación personal (sobre todo para conocer personas) las más utilizadas gracias al uso de la red.

En este modelo, podemos identificar claramente el entorno presencial y el entorno tecnológico, debido a que el sujeto tiene contactos que conoce presencialmente con los que refuerza su relación en la red. Sin embargo, existe una serie de contactos con los que únicamente se relaciona presencialmente y también un gran número de contactos que únicamente conoce de la red.

El perfil del alumnado de este modelo, desarrolla dos planos de interacción independientes que en muy pocas ocasiones se entrelazan, puesto que desarrolla comunicación “presencial” pero ésta no tiene reflejo en la red

En el resto de modelos, la herramienta messenger es identificada como la más utilizada, mientras que en este modelo es Tuenti la herramienta más utilizada, lo cual es razonable si tenemos en cuenta las características en la comunicación de cada una. Messenger nos permite hablar con contactos que agregamos porque conocemos, sin embargo Tuenti nos ofrece continuamente sugerencias de nuevos contactos.

En el modelo 3, el 27,11% de los sujetos de la muestra, los entornos presencial y el tecnológico, están totalmente integrados, poniendo de manifiesto que un número considerable de sujetos de la muestra se relacionan con las mismas personas en contextos presenciales y virtuales, por lo que Internet se concibe como una

herramienta más para comunicarse con personas de su entorno, principalmente para realizar actividades relacionadas con el ocio.

El alumnado perteneciente a este modelo utiliza el entorno tecnológico como complemento a la comunicación en su entorno social inmediato y presencial, pero no varía en sus interacciones.

Tanto en su interacción por móvil como por Internet, suele incluir a las personas en el mismo orden que indica para la interacción en el contexto presencial.

Estas personas no responden a todas las variables incluidas en los mapas de interacción y dejan espacios en blanco, puede deberse a que su número de contactos es más reducido respecto al de otros modelos, en los que la independencia en la red hace que los estudiantes identifiquen un número más extenso de contactos.

Las herramientas de comunicación por Internet son utilizadas preferiblemente para el ocio.

Estos estudiantes son los que más actividades extraescolares realizan, esto indica que su entramado social presencial es más amplio que el de los sujetos que encontramos en otros modelos. Quizás por ello también en el modelo 3 encontramos que los sujetos utilizan menos herramientas que en otros modelos. La herramienta que principalmente se utiliza en este perfil de alumnado es el messenger, mientras que en otros, el abanico es más amplio porque utilizan también Tuenti y Facebook.

Mediante este estudio hemos podido conocer la realidad de los estudiantes participantes en la investigación. Uno de los resultados destacados, es que todos los estudiantes poseen contactos con los que interaccionan de manera presencial y virtual. Tal y como hemos presentado en este trabajo, existen diferentes modelos de interacción teniendo en cuenta el dominio o no, de los entornos presenciales y tecnológicos. Además, hemos podido constatar que Tuenti y Facebook son las herramientas de redes sociales más utilizadas por los jóvenes, seguidas por Messenger y Twitter. Todas ellas fundamentalmente usadas para el ocio.

5. PROPUESTAS EDUCATIVAS EN RELACIÓN A LAS REDES SOCIALES

Como hemos podido conocer, en el marco general de los modelos que hemos propuesto los sujetos de esta investigación se ubican en 3 de los 7 modelos expuestos. La característica común en todos ellos es que en mayor o menor medida se produce interacción entre el entorno presencial y el tecnológico, es decir, todos los estudiantes indican que poseen contactos con los que interaccionan tanto cara a cara como a través de las tecnologías. Además hay un porcentaje significativo de estudiantes que tienen un gran número de contactos con los que se comunican a través de la red, concretamente mediante herramientas de redes sociales

como Tuenti y Facebook. El análisis descriptivo de los datos del cuestionario ha permitido conocer también que las herramientas utilizadas son Messenger y Twitter y principalmente para una función de ocio. Los estudiantes no utilizan las redes sociales como herramienta para estudiar. En Internet se amplía el número de contactos y amistades, siendo lo más habitual que en las herramientas de red social y mensajería instantánea tengamos una larga lista de personas agregadas, independientemente de que hablemos habitualmente con ellas o no.

Una vez conocida la realidad de los estudiantes es inherente plantearnos implicaciones educativas que deriven propuestas pedagógicas que traten de dar respuesta a las conclusiones derivadas del estudio.

Se pueden identificar en las propuestas educativas dos grandes bloques. Uno es el referido a utilizar las redes sociales en la comunidad escolar. Es un paso importante el considerar que las redes sociales no son únicamente espacios de ocio para los adolescentes, sino que son herramientas con un gran potencial que pueden servirnos a la comunidad educativa. A este respecto podemos detallar varias acciones concretas de uso de las redes sociales:

PROPUESTA 1: Creación de una red social para los centros escolares

Al igual que se establecen planes autonómicos y nacionales para la implementación de ciertas tecnologías en las escuelas (como los planes para la incorporación de software libre, de creación de páginas web para los centros...) sería interesante que se trabajara en la creación de una red social en la que participaran los centros escolares. Sin embargo, no es suficiente la implementación de la tecnología para que se produzca una mejora en el proceso educativo. Es importante indicar que estas acciones deberán acompañarse de unas adecuadas intervenciones pedagógicas y educativas destinadas a la formación que se concretan al final de estas propuestas. A la hora de crear una red social podemos diferenciar diversas finalidades:

Redes sociales para la administración y gestión de la información:

Esta propuesta implica utilizar las posibilidades de las redes sociales para mantener actualizada la información y establecer vínculos de comunicación que vayan más allá de lo presencial. Por ejemplo, utilización de mensajes SMS para avisar de información de interés a la comunidad educativa. Esta propuesta parte por tanto de la creación de una red social en la que el centro ejerza labores administrativas. De utilizar el potencial de las redes sociales para publicar información y que ésta sea accesible a cualquier participante de la comunidad escolar. La fina-

lidad es potenciar que la administración educativa utilice las redes sociales como mecanismo de comunicación y colaboración educativa

Redes sociales para la colaboración entre centros educativos:

Crear redes sociales entre docentes intercentros. Se trata del uso que se podría hacer de las redes sociales entre docentes de una misma especialidad, mismo Departamento, profesores de una misma asignatura en un nivel determinado, etc. Cualquier colaboración que se podría producir a través de las redes sociales que supogan una mejora del trabajo que se realiza con el estudiante.

Redes sociales en relación al propio centro:

- Para la gestión del centro: supone desarrollar una red social en cada centro en la cual se pueda compartir información y aprovecharla para formar a todos en el buen uso de la información digital.
- Para el proceso de enseñanza-aprendizaje: diseñar actividades educativas para que los profesores trabajen con sus estudiantes en las redes sociales y de este modo los jóvenes perciban que las redes sociales no son únicamente herramientas para el ocio, sino que también se puede aprender a través de ellas. También se pueden gestionar grupos de tutoría a través de redes sociales. Esta actividad la realizaría el tutor del curso. Se podría utilizar el grupo para enviar mensajes colectivos a la clase, dejar avisos en el foro o discutir sobre temas de tutoría propuestos en clase, entre otras cosas.
- Para la comunicación con las familias: sería interesante potenciar el uso de herramientas TIC y de redes sociales entre las AMPAS. Hacer una red social para padres puede ser un medio muy eficaz de entrar en contacto con ellos. Además de que, muy probablemente, aumente la implicación de los padres para con la educación de sus hijos.

El otro gran bloque de propuestas se refiere a las que tratan de incentivar el desarrollo de la identidad digital en la red. La identidad digital o ciudadanía digital es un término utilizado frecuentemente en los últimos años para referirnos a como a través de nuestra presencia en el ciberespacio los internaturas desarrollamos en la red una identidad propia, digital, foco de interés de los últimos trabajos de investigación de tecnología educativa (Sharples, 2000; Baier, Zirpins y Lamersdorf, 2003; Lara, 2009). La identidad digital hace referencia a cómo nos presentamos en Internet, en dónde se presta gran atención a aspectos referidos a la privacidad de nuestros datos y hasta qué punto el anonimato puede ser útil en

determinados procesos en red. Siguiendo con las nuevas tendencias que hablan de “residentes digitales” y entendiendo estos residentes como aquellas personas que desarrollan una parte de su personalidad en la red (White, 2010), en la actualidad hablamos de la identidad digital como el conjunto de rasgos que caracterizan cómo nos mostramos en la red. Las implicaciones de desarrollar una correcta identidad digital van más allá del saber comportarnos en la red. Trabajar la identidad digital supone también saber utilizar los mecanismos digitales de la manera más adecuada y comprende elementos tan importantes como los de la seguridad en la red. Por tanto, el segundo bloque de propuestas se refiere a la necesidad de desarrollar actividades educativas orientadas a que los menores sepan desarrollar unos patrones adecuados de comportamiento en la red.

PROPUESTA 2: Identidad digital

Formular una propuesta de implementación de la identidad digital en el currículum:

Atendiendo al punto 2 del artículo 19 de la LOE “sin perjuicio de su tratamiento específico en algunas de las áreas de la etapa, (...) las tecnologías de la información y la comunicación (...) se trabajarán en todas las áreas), se justificará el desarrollo de estas actividades prácticas en diferentes áreas de conocimiento, incluyendo las áreas transversales, así como en sesiones de tutoría”. Sería interesante la creación de un tema sobre identidad digital en la asignatura de Educación para la Ciudadanía. El posible contenido a incluir se refería a:

- Identidad en la red.
- Ciudadanía digital.
- Riesgos en la red y cómo afrontarlos: problemas de seguridad, contenido nocivo, ciberbullying.
- Posibilidades de la red: Internet para aprender, Internet para colaborar.

Trabajar la identidad digital en los estudiantes de Educación Secundaria:

Esta propuesta se orienta a trabajar la identidad digital y la ciudadanía digital en los estudiantes de Educación Secundaria. Estas actividades podrían trabajarlas los profesores desde el aula o realizar seminarios de trabajo con los estudiantes.

Para concretar alguna de las posibles actividades nos remitimos al trabajo de Castañeda y Gutiérrez (2010) en el que podemos encontrar algunas propuestas interesantes:

Nombre de la actividad	Finalidad	URL
Follow me	Con esta actividad se pretende sensibilizar a los alumnos del impacto real que tiene lo que escriben en la red sobre su vida en general y sobre las consecuencias que tiene la publicación de determinadas imágenes.	http://digitum.um.es/xmlui/bitstream/10201/17472/1/Followme.pdf
¿Qué dices de mí?	¿Qué dices de mí? es una actividad destinada al trabajo con alumnos de secundaria para un uso seguro de las redes sociales. En esta actividad se pretende que mediante la simulación de diferentes acciones llevadas a cabo en las redes sociales (publicar, etiquetar y comentar fotos propias y ajenas), los alumnos vivencien diferentes situaciones y emociones derivadas, en ocasiones, de un mal uso de estas herramientas.	http://digitum.um.es/xmlui/bitstream/10201/17471/1/dicesdemi.pdf
Role Playing para el uso seguro de las redes sociales	El Role Playing es una conocida técnica a través de la cual se simula una situación que se presenta en la vida real. Al practicar esta técnica cada uno de los participantes deberá adoptar el papel de un personaje concreto y crear una situación como si se tratara de la vida real. El objetivo es imaginar la forma de actuar y las decisiones que tomaría cada uno de los personajes en situaciones diferentes. Después, se trata de actuar como ese personaje en casa uno de los casos.	http://digitum.um.es/xmlui/bitstream/10201/17473/1/roleplaying.pdf

Nombre de la actividad	Finalidad	URL
In fraganti	La actividad "In fraganti" está destinada al alumnado de tercer ciclo de primaria y de secundaria para la concienciación sobre determinadas actuaciones llevadas a cabo habitualmente en las redes sociales y para la sensibilización sobre las posibles situaciones que se derivan de éstas.	http://digitum.um.es/xmlui/bitstream/10201/17474/1/infraganti.pdf
El casting de Gran Hermano	Esta actividad está orientada al trabajo con alumnos de secundaria para un uso seguro de las redes sociales basado en la reflexión sobre su identidad digital.	http://digitum.um.es/xmlui/bitstream/10201/17476/1/casting.pdf
El poncho de la verdad	El poncho de la verdad es una actividad destinada al trabajo con alumnado de secundaria para un uso seguro de las redes sociales. En esta actividad se pretende que mediante la realización de comentarios a un alumno, éste vivencie y experimente diferentes emociones derivadas por la forma en la que él mismo se ha proyectado en una determinada red social.	http://digitum.um.es/xmlui/bitstream/10201/17475/1/poncho.pdf

Tabla 5. Una propuesta de actividades con redes sociales, tomado de Castañeda y Gutiérrez (2010).

En definitiva, es importante realizar actividades de formación pedagógica para comprender la utilidad educativa de las redes sociales y asimismo trabajar la identidad digital con profesores y alumnado, pero también con familias pues en numerosas ocasiones el miedo de los padres es el miedo a lo desconocido. Es importante igualmente formar a la comunidad educativa para el conocimiento de estas herramientas de manera que se puedan afrontar no desde el miedo sino desde su potencial de uso. Los mecanismos para ello podrían ser:

Formación del profesorado. Mediante seminarios especializados tanto en el uso de la herramienta como en la aplicación educativa de la misma.

Formación del alumnado mediante el trabajo entre iguales. Hemos podido comprobar como el alumnado hace uso de las redes sociales. A nivel técnico

no consideramos necesario establecer sistemas de formación dedicados a que se conozca el uso de la herramienta. El trabajo con los estudiantes debe ir más bien a proporcionarles estrategias para que puedan realizar un buen uso de las redes sociales más allá del uso tradicionalmente dado por los adolescentes, que es para el ocio. En el trabajo entre iguales un estudiante no tiene porqué ser experto en el contenido que enseña, pero puede aportar su experiencia al resto del grupo. Esta enseñanza se caracteriza por ser práctica y ofrece ejemplos relevantes en lo particular, permite una amplia explicación de dudas y con más oportunidades de generalizar. La colaboración entre los estudiantes permite el acceso a nuevas ideas, menor sobrecarga, mayor capacidad de reflexión y estimulación de la creatividad.

Escuela de padres. Las escuelas de padres pueden ser uno de los mecanismos adecuados para proporcionar a las familias información sobre el uso y aplicación de las redes sociales. Consideramos que es esencial que las familias participen de estas redes sociales propuestas en la escuela.

6. BIBLIOGRAFÍA

- ABELSON, H. & LESSIG, L. (1998). "Digital identity in Cyberspace". Disponible en: http://rfrost.people.si.umich.edu/courses/SI110/readings/Privacy/MIT_Paper_on_Digital_ID.pdf (Consulta 28 Septiembre 2011).
- ARANDA, D., SÁNCHEZ, J., TABERNERO, C. y TUBELLA, I. (2010). "Los jóvenes del siglo XXI: Prácticas comunicativas y consumo cultural", en: *II Congreso Internacional AE-IC Comunicación y desarrollo en la era digital*. Málaga 2010.
- BAIER, T., ZIRPINS, C. & LAMERSDORF, W. (2003). "Digital identity: how to be someone on the net" Disponible en: Digital identity: How to be someone on the net (Consulta 28 Septiembre 2011).
- BRINGUÉ, X. y SÁDABA, C. (2011). "Menores y Redes Sociales". Madrid: Foro de Generaciones Interactivas, Fundación Telefónica. Disponible en: http://www.generacionesinteractivas.org/wp-content/uploads/2011/01/Libro-Menores-y-Redes-Sociales_Fin.pdf [Consulta 5 abril 2011).
- CABERO, J. y GUERRA, S. (2011). "La alfabetización y formación en medios de comunicación en la formación inicial del profesorado", en: *Educación XXI, 14, 1*, 89-115.
- CASTAÑEDA, L. y GUTIÉRREZ I. (2010). "Redes sociales y otros tejidos online para conectar personas", en: CASTAÑEDA, L. (Coord.) *Aprendizaje con redes sociales. Tejidos educativos para los nuevos entornos*. Sevilla: MAD, 17-39
- CASTAÑEDA, L., GONZÁLEZ, V. y SERRANO, J.L. (2011). *Donde habitaban los jóvenes: precisiones sobre un mundo de redes sociales*. Madrid: Editorial Marfil.

- CASTAÑEDA, L.; GUTIÉRREZ, I. y RODRÍGUEZ, M. T. (2010). “Enseñar a vivir en las redes sociales y aprender a formarnos con ellas”, en: *Tecnologías flexibles para espacios educativos diversos*. Murcia: Diego Marín. 163-186.
- CASTAÑO, C. (2007). “Herramientas telemáticas de apoyo a la Teleenseñanza”, en: CABERO, J.; MARTÍNEZ, F. y PRENDES, M.P. (Coords.). *Profesor, ¿estamos en el ciberespacio?*. Barcelona: Davinci, 235-253.
- CASTELLS, M. (1996). *La sociedad red. La era de la información: Economía, sociedad y cultura*. Vol. 1. Madrid: Alianza Editorial.
- EDEL, R. (2006). ¿Es usted padre de la generación NET? *Redcientífica*.
- GARCÍA-VALCÁRCEL, A. y TEJEDOR, F. (2011). “Variables TIC vinculadas a la generación de nuevos escenarios de aprendizaje en la enseñanza universitaria. Aportes de las curvas roc para el análisis de diferencias”, en: *Educación XXI* 14, 2, 43-78.
- GUTIÉRREZ, I. y CASTAÑEDA, L. (2010). “Propuestas prácticas en torno a la Identidad Digital de los adolescentes y su formación en el contexto de las Redes Sociales”, en: *Actas del Congreso EDUTEC 2010 Elearning 2.0: enseñar y aprender en la Sociedad del Conocimiento*.
- HERRERO, J., MENESES, J., VALIENTE, L., RODRÍGUEZ, F. (2004). “Participación social en contextos virtuales”, en: *Psicothema*, 16, 3, 456-460. Universidad de Oviedo y Universidad Oberta de Catalunya. Disponible en: <http://www.redcientifica.com/doc/doc200405149001.html> (Consulta 14 Noviembre 2010).
- KRAUT, R., FISH, R., ROOT, R., CHALFONTE, B. (2002). “Informal Communication in Organizations: forma, function, and technology”, en: IS. OSKAMP & SPACAPAN (Eds). *Human Reactions to Technology: the claremont symposium on applies social psychology*. Beverly Hills, CA: Sage Publications.
- KRAUT, R., PATTERSON, M., LUNDMARK, V., KIESLER, S., MUKOPHAD-HAYAY, T., SCHERLIS, W. (1998). “Internet paradox: a social technology that reduces social involvement and psychological well-being?”, en: *American Psychological Association*. Disponible en: <http://www.cs.cmu.edu/~kraut/RKraut.site.files/articles/kraut98-InternetParadox.pdf> (Consulta 1 Marzo 2011).
- KRAUT, R., KIESLER, S., BONEVA, B., CUMMING, J. & HELGESON, V. (2001). “Internet paradox revisited”, en: *Journal of Social Issues*, 58, 49-74.
- LARA, T. (2009). “El papel de la Universidad en la construcción de su identidad digital”, en: *Revista de Universidad y Sociedad del Conocimiento*. Disponible en: <http://www.uh.cu/static/documents/TD/EI%20papel%20Univ%20construccin%20identidad%20digital.pdf> (Consulta 28 septiembre 2011).

- MARTÍNEZ, F. (2007). “Implicaciones de la confusión. Conexión y comunicación ante las nuevas tecnologías de la información en la enseñanza”, en: CABERO, J., MARTÍNEZ, F. y PRENDES, M.P. (Coords.) *Profesor, ¿estamos en el ciberespacio?* Barcelona: Davinci, 37-48.
- MARTÍNEZ, F. y SOLANO, I. (2003). “El proceso comunicativo en situaciones virtuales”, en: MARTÍNEZ, F. (Coord.) *Redes de comunicación en la enseñanza*. Barcelona: Paidós, 13-30.
- MENESES, G. (2006). “Universidad: NTIC, interacción y aprendizaje”, en: *EDUTEC. Revista Electrónica de Tecnología Educativa*, 20, 1-15.
- MORAL, F. (2009). “Internet como marco de comunicación e interacción social”, en: *Comunicar. Revista científica de Educomunicación*, 32, 231-237.
- MORENO, J.L. (1934). *Who Shall Survive?* New York: Beacon House.
- NAEVE, A. (2005). “The Human Semantic Web: Shifting from knowledge push to knowledge pull”, en: *International Journal on Semantic Web and Information Systems*, 1, 3.
- PRENDES, M.P. (2005). “Los nuevos medios de comunicación y el aprendizaje en colaboración”, en: *Aula Abierta*, 84, 127-146.
- RIZO, M. (2006). “Interacción y comunicación. Exploración teórico-conceptual del concepto de Interacción”. Disponible en: <http://www.monografias.com/trabajos901/interaccion-comunicacion-exploracion-teorica-conceptual/interaccion-comunicacion-exploracion-teorica-conceptual.shtml> (Consulta 20 noviembre 2010).
- SHARPLES, M. (2000). “The design of personal mobile technologies for life-long learning. Educational Technology Research Group. University of Birmingham”, en: *Computers and education*, 34, 177-193.
- The cocktail analysis (2011). *Informe de resultados. Observatorio Redes Sociales, 3ª oleada*. Febrero 2011. Disponible en: <http://www.tcanalysis.com/> (Consulta 10 marzo 2011).
- WELLMAN, B. (2001). “Physical place and cyberplace: changing portals and the rise of networked individualism”, en: *Int. J. Urban Regional Res.* Forthcoming
- WHITE, D. (2008). Not ‘Natives’ & ‘Immigrants’ but ‘Visitors’ & ‘Residents’. *TALL blog Online education with the University of Oxford* (Entrada de blog). Disponible en: <http://tallblog.conted.ox.ac.uk/index.php/2008/07/23/not-natives-immigrants-but-visitors-residents/> (Consulta 8 abril 2011).
- WHITE, D. (2010). Visitors and residents. Disponible en: <http://tallblog.conted.ox.ac.uk/index.php/2009/10/14/visitors-residents-the-video/> (Consulta 8 abril 2011).