

Monográfico «Comunicación y construcción del conocimiento en el nuevo espacio tecnológico»

ARTÍCULO

Espacios interactivos de comunicación y aprendizaje. La construcción de identidades

*Sergio Ortega Santamaría
Juan Carlos Gacitúa Araneda*

Fecha de presentación: mayo de 2008

Fecha de aceptación: junio de 2008

Fecha de publicación: octubre de 2008

Resumen

El entorno ha cambiado. La idea lejana de que nuestro entorno es lo que «nos rodea», ha sido superada por la ruptura de las barreras físicas que nos proporciona la Red. El nuevo entorno en el que nos desenvolvemos está siendo creado por nosotros mismos a través de los productos que somos capaces de construir. Hoy tenemos la posibilidad de «ser» en la Red, de crear y participar en comunidades de interés, de mostrarnos al mundo con productos propios, de contarle a los demás lo que nos interesa, nos entretiene o forma, de producir información y reeditarla con la frecuencia que queramos.

La Web 2.0 ha supuesto una ruptura de espacios en línea formales, como las plataformas de aprendizaje. Nuestros alumnos «son» en la Red y crean su identidad digital rica en matices que complementan el aprendizaje y nos muestran más claramente cómo son y lo que les interesa. Este artículo busca determinar cuáles son los principios de participación en este nuevo contexto.

Palabras clave

identidad, Web 2.0, construcción social, interactividad, negociación, redes sociales

Interactive spaces of communication and learning. The construction of identities

Abstract

The environment has changed. The idea once had of our environment as “that which surrounds us” has been surpassed by the breaking down of physical barriers by the Internet. The new environment in which we act is being created by us ourselves through the products we are capable of building. Today we have the possibility of “existing” on the Internet, of creating and taking part in communities of interest, of demonstrating ourselves to the world through our own products, of telling others what interests us, what amuses us or shapes us, of producing information and re-editing it as often as we wish.

The Web 2.0 has meant a rupture of spaces in formal lines, such as the platforms for learning. Our students “exist” on the Internet and create their digital identity, rich in nuances that complement learning, and which show us clearly what they are like and what is of interest to them. This article aims to determine the principles of participation in this new context.

Keywords

identity, Web 2.0, social construction, interactivity, negotiation, social networking websites

1. La evolución del usuario frente a los cambios en la web

A finales del año 2006, los editores de la revista *Time* modificaron sus criterios para elegir la portada dedicada al protagonista del año. Tras hacer participar a sus lectores mediante votaciones por Internet, el elegido fuiste tú. «Tú. Sí, tú. Tú controlas la Era de la Información. Bienvenido a tú mundo». Este titular iba acompañado de una fotografía de un ordenador personal en cuya pantalla se había pegado una lámina de espejo que reflejaba el rostro de cada lector.

Para el director de la revista, Richard Stengel, los individuos son los que «están cambiando la naturaleza de la era de la información» y son «los creadores y consumidores del contenido generado por los usuarios los que están transformando el arte, la política y el comercio» (Nafría 2007, pág. 7). Razones suficientes para otorgar a los usuarios tan merecido reconocimiento.

La Web 2.0 ha supuesto un gran salto tecnológico respecto a su predecesora, la Web 1.0. Hoy se encuentran a disposición de los usuarios una gran cantidad de aplicaciones en Internet que le permiten, con muy poca formación tecnológica y sin coste económico alguno, ser un trabajador de la información, creador y generador de contenidos en distintos formatos.

Estas nuevas posibilidades se han visto potenciadas por los sistemas de sindicación que permiten ver de manera rápida los cambios en los contenidos de nuestras páginas favoritas, creando con ellos redes de información compartidas entre los usuarios.

Para Nafría (2007, pág. 112), «si la Web 1.0 había sido mayoritariamente un canal de publicación unidireccional utilizado por las empresas para mandar información a los usuarios [...] la Web 2.0 es un medio bidireccional, de ida y vuelta, en el que el papel del emisor y del receptor acaban confundándose».

La Web 2.0 es participativa por naturaleza. En ella los usuarios no suelen adoptar una actitud pasiva, sino todo lo contrario. No sólo leen, también discuten, comentan, valoran, opinan, proponen, anuncian, enlazan, escriben, publican, intercambian, escogen, corrigen, comparten... Es decir, participan activamente. De hecho, en numerosas

Web 2.0, los usuarios sienten que la web es suya, y ese sentido de pertenencia está plenamente justificado.

Todos estos tipos de interacciones a los que se refiere Nafría, y que son cada vez más usuales entre los internautas, han sido recogidas desde la década de los cincuenta por los teóricos de la educación para elaborar las taxonomías que les permiten definir los objetivos de aprendizaje en sus planteamientos curriculares. Sin ir tan lejos en el tiempo, hoy las instituciones educativas trabajan en la elaboración de perfiles basados en competencias que buscan alcanzar muchas de las habilidades antes señaladas.

Podemos decir entonces que, tecnológicamente, están dadas las condiciones para desarrollar destrezas que nos permitan producir y gestionar información y compartirla de manera abierta con otros, de manera económica y rápida.

Las posibilidades de comunicación e interacción que las plataformas de aprendizaje en línea han alcanzado en muchos aspectos han sido superadas por la infinidad de herramientas hoy disponibles. No es raro entonces que los alumnos en sistemas *e-learning* desarrollen su aprendizaje dentro de sistemas cerrados, donde los tutores de los cursos pueden tener un control de sus actividades, de los materiales publicados, de su grado de participación, etc. y, paralelamente, desarrollen una amplia actividad de aprendizaje «no formal» intercambiando información en redes más amplias, variadas, creativas y estimulantes utilizando herramientas como Facebook, MySpace, o su propio blog.

2. Somos lo que construimos, construimos lo que somos

La irrupción de la Web 2.0 significa una nueva transformación en los sistemas de formación en línea. Desde la implantación de los sistemas *e-learning* y *blended learning* las instituciones educativas han pasado por varios procesos. En la mayoría de los casos lo han ido realizando en fases o etapas muy claras. Los primeros esfuerzos han sido la «alfabetización tecnológica» de profesores y alumnos (competencia tecnológica) y las transformaciones administrativas que esta nueva oferta educativa supuso (competencias institucionales).

Considerando las variables críticas planteadas por Cabero (2006), la transformación de las prácticas docentes (competencias académicas y de orientación) adaptadas a este nuevo contexto tecnológico ha sido un paso más tardío, y el lugar donde las instituciones están centrando desde los últimos años sus esfuerzos más importantes. En el contexto universitario que hoy vivimos, las directrices impulsadas por el Espacio Europeo de Educación Superior han sido un apoyo y un desafío de gran magnitud.

Aun inmersos en estos profundos desafíos, la Web 2.0 y su nueva forma de concebir Internet han abierto un nuevo abanico de posibilidades al aprendizaje en línea, que sumadas a las plataformas tradicionales dan un fuerte impulso a las interacciones y a la creación de comunidades de aprendizaje.

Entre los grandes méritos del *e-learning* siempre se han considerado como los primordiales la ruptura del tiempo y del espacio. La Web 2.0 rompe nuevamente ese espacio permitiendo construir aprendizajes fuera de las plataformas tradicionales y con otras personas no necesariamente «compañeros de clase». Las comunidades de aprendizaje que se materializan en la Red, son uno de los grandes logros de esta nueva forma de aprender. El desarrollo de este tipo de comunidades, o comunidades de prácticas (Wenger, 2001), pretende dar forma a un espacio donde es posible construir el conocimiento mediante la interacción activa de los miembros de esa comunidad.

En este contexto, somos capaces de crear y de participar activamente en un sinfín de redes de interés, de distintas formas y con distintos niveles de compromiso. Los teóricos del constructivismo pueden ver con muy buenos ojos estas nuevas posibilidades tecnológicas. Ideas como la «zona de desarrollo próximo» de Vygotsky (1979) o las ideas de Bruner que basa los aprendizajes en situaciones con una serie de problemas, buscan que los alumnos indaguen e investiguen favoreciendo el desarrollo cognitivo, fomentado la motivación y la resolución de problemas en la vida real.

Berger y Luckmann (1967) ponían el acento en el hecho de que la percepción que los sujetos tienen del mundo está condicionada por su interacción con el entorno. Estas interacciones, tradicionalmente controladas por los docentes en sus actividades presenciales, se transforman y densifican en entornos virtuales mediados por la tecnología. Las herramientas de trabajo y de comunicación ya estaban presentes en las plataformas tradicionales. Foros, webquest, chats, glosarios compartidos, portafolios o wikis han permitido a los alumnos desarrollar este tipo de aprendizaje cooperativo a través de investigaciones, estudios, proyectos, etc.

Podemos decir con certeza que la Web 2.0 potencia al máximo las ideas pedagógicas planteadas por la corriente

constructivista y el constructivismo social que pone su especial énfasis en la interacción social.

3. Las redes sociales como plataformas de comunicación y aprendizaje

La creación de espacios en Internet, donde las posibilidades de expresión, colaboración y conexión han aumentado de forma exponencial, despliega nuevas oportunidades para la generación y distribución de conocimiento. El concepto Web 2.0 propuesto por O'Reilly (2005) venía acompañado de ideas poderosas. Ideas que, en cierto modo, permiten explicar el impacto causado por todas aquellas plataformas que, enmarcadas bajo este concepto, han crecido hasta alcanzar cotas de participación difícilmente creíbles hace un tiempo.

El concepto de página ha cambiado y nos hemos alejado de su significado tradicional gracias a la proliferación de los microcontenidos. Los blogs se construyen con anotaciones, los podcast son pequeños archivos de audio con posibilidades de suscripción, las wikis son una suma de aportaciones que crean un flujo de documentos modificados y revisados constantemente. Todo ello se puede resumir, copiar, almacenar o compartir libremente facilitando su recuperación inmediata.

De la misma forma la conocida «intercreatividad» o resolución de problemas conjuntos que pronosticaba Berners-Lee (2000) se hace realidad en espacios donde, no sólo se generan microcontenidos, sino que va más allá de eso, asignando un valor estratégico a la construcción de espacios colectivos. Reinghold (2004, pág. 87) lo explicaba a partir de la ley de Reed evidenciando el crecimiento exponencial del valor de una red social cuando esta incluía procedimientos para que los individuos constituyeran grupos.

Precisamente la construcción de grupos, la conexión inmediata o el sistema descentralizado que mantienen las redes sociales han facilitado la creación natural de una inteligencia colectiva (Johnson, 2001), un aprendizaje continuo fruto de la colaboración y la cooperación. Sistemas que son independientes, personalizados y, a la vez, tremendamente diversos.

4. Usuarios 2.0

Y ahora que ya contamos con la tecnología adecuada y hemos aplicado ese valor estratégico a la construcción de espacios colectivos, vamos descubriendo el verdadero perfil del usuario de hoy en día. Un usuario que produce contenidos y servicios,

transforma el lenguaje simplificando el esfuerzo para lograr la máxima efectividad y que, conectado en todo momento, crea y accede a comunidades de forma instantánea.

Las redes sociales se convierten en lugares de encuentro fortuito entre usuarios que, respondiendo a los patrones del comportamiento humano, facilitan el aprendizaje colectivo enriquecido por las aportaciones personales o individuales. En este crecimiento conjunto podemos ya resaltar una de las muchas capacidades adquiridas por el ser humano en su proceso de interacción con la tecnología. Consiste exactamente en conseguir extraer una gran cantidad de información significativa en tiempos cada vez más reducidos y con menor cantidad de experiencia.

Esta capacidad que se intensifica según van pasando las generaciones, al vivir desde sus inicios en ambientes tecnológicos y conocer el funcionamiento de las redes facilita una mayor adaptación a los sistemas y, a su vez, una adaptación progresivamente inteligente de estos al usuario. Fumero (2007, pág. 49) los denomina «nativos digitales» frente al concepto de «inmigrante digital».

Accedemos a la información de forma inmediata, a partir no sólo de texto sino también de imágenes o vídeos y simultáneamente desde múltiples fuentes. Todo lo hacemos según nuestros propios criterios y guiados por sistemas adaptados a nosotros mismos. Por esta razón, ya no debemos hablar sólo de revolución tecnológica cuando utilizamos el concepto Web 2.0, es necesario incorporar la característica de revolución social que destaca un cambio de actitud en el usuario.

Éste no espera encontrarse con contenido organizado y «empaquetado» sino libremente distribuido. Contenido al que accede a partir de sus herramientas de suscripción y entrega inmediata que, posteriormente, será utilizado para replantear sus propios esquemas de conocimiento. El usuario 2.0 ha disuelto por completo las fronteras sociales relacionadas con el tiempo y el espacio y no tiene miedo a exagerar los alcances y las bondades de muchas tecnologías para las cuales está adecuadamente capacitado.

Al acercarnos a un perfil de usuario 2.0 no es posible centrarse en la cantidad de herramientas que utiliza sino en la forma que tiene de utilizarlas. De esta manera el uso y la experiencia de uso determinan el aprendizaje y el conocimiento compartido promueve el crecimiento conjunto.

5. Hacia la creación de una nueva identidad

La idea lejana de que nuestro entorno es lo que «nos rodea», ha sido superada por la ruptura de las barreras físicas que

nos proporciona la Red. El nuevo entorno en el que nos desenvolvemos está siendo creado por nosotros mismos a través de los productos que somos capaces de construir. Hoy tenemos la posibilidad de «ser» en la Red, de crear y participar en comunidades de interés, de mostrarnos al mundo con productos propios, textos, fotografías, sonidos, vídeos o material multimedia, de contarle a los demás lo que nos interesa, nos entretiene o forma, de producir información y reeditarla con la frecuencia que queramos.

En la construcción de esta nueva identidad no sólo participamos produciendo información, sino también recibiendo comentarios de otros miembros de nuestra comunidad. Nuestro «ser digital» se ve reforzado en la medida en que es capaz de relacionarse con otros a través de las interacciones. De esta forma construimos nuestra «identidad digital».

Para Wenger (2001, pág. 187) existe una profunda conexión entre la identidad y la práctica. Desarrollar una práctica exige la formación de una comunidad cuyos miembros puedan comprometerse mutuamente y, con ello, reconocerse mutuamente como participantes.

Para el autor, esta identidad puede caracterizarse de la siguiente forma:

- La identidad como experiencia negociada: definimos quiénes somos por la manera como participamos, y nosotros mismos y otras personas «cosifican» ese yo. Qué tipo de participantes somos en las distintas redes a las que pertenecemos define quiénes somos en la Red.
- La identidad como afiliación de comunidades: definimos quiénes somos por las comunidades a las que pertenecemos. Nuestra identidad se manifiesta por las redes en las que intervenimos o en los canales de información a los que estamos suscritos.
- La identidad como trayectoria de aprendizaje: definimos quiénes somos por lo que buscamos. Los sistemas de redes sociales dejan un registro claro de lo que buscamos en la Red, de lo que nos interesa.
- La identidad como nexo de multifiliación: definimos quiénes somos por la manera en las que conciliamos todos nuestros entornos de participación en una sola identidad. Los distintos ámbitos de nuestra vida (social, formativa, laboral, etc.) tienden a unirse en espacios virtuales.
- La identidad como relación entre lo local y lo global: definimos quiénes somos cuando nuestros espacios de interacción encajan en constelaciones o espacios más

amplios. Cada red en la que participamos es parte de un conjunto complejo de redes y subredes que crean espacios de comunicación inmensurables.

Aprendemos mucho más fuera de las aulas. Somos más de lo que el profesor puede ver de cada uno. Las interacciones generadas en espacios de aprendizaje en línea, «entornos cerrados», reflejan sólo una parte de nosotros mismos. Pero nuestra identidad digital es mucho más de lo que cada uno pueda hacer en ese espacio. La formación en línea tiene la posibilidad de integrar a los alumnos como sujetos activos, con identidades más complejas y relaciones más profundas de las que se pueden crear en entornos de aprendizaje «formales».

6. La identidad digital

Una identidad digital es la representación de una identidad humana que es utilizada en los procesos de interacción con otras máquinas o con otras personas en redes distribuidas. Windley (2005) define identidad como colecciones de datos sobre un sujeto que representan sus rasgos, preferencias y atributos. Así, es posible saber quiénes somos o cuáles son nuestras credenciales (atributos de esa identidad).

Una ID completa puede implicar consideraciones técnicas y legales, pero si vamos a las identidades más simples y habituales, estas consisten en un nombre de usuario (*username*) y una autenticación secreta (*password*).

Los últimos avances en la definición de una identidad digital se dirigen a la construcción de una ID única. Con ella podríamos representar nuestro perfil completo y utilizarlo en todo momento para acceder a todos los servicios y aplicaciones a partir de un nombre de usuario y una sola autenticación.

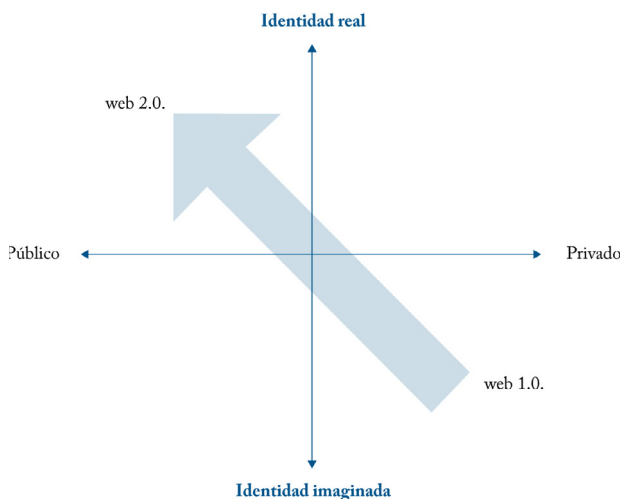
Una ID puede facilitar las siguientes operaciones:

- **Autenticación:** probar o demostrar que la ID representa a la persona que dice ser quién es.
- **Autorización:** lograr el permiso para acceder a ciertos datos o aplicaciones.
- **Confidencialidad:** asegurar que una persona o grupo no autorizado intercepte los datos que están siendo transmitidos.
- **Integridad de los datos:** asegurar que los datos no han sido interferidos o manipulados durante la transmisión.

- **Verificación de la fuente:** usar la encriptación pública o privada para asegurar el origen de la fuente de un documento.
- **Lograr la aceptación:** usar la encriptación pública o privada para verificar la fuente y la entidad destino de una transacción.
- **Reputación:** a partir de la ID es posible conocer la capacidad de recomendación y credibilidad que tenemos, avalada por el conjunto de transacciones que realizamos.

Cada individuo controla su propia identidad en línea y decide qué información formará parte de su perfil digital. Hasta ahora hemos ido construyendo nuestra identidad por partes, en función de los servicios que hemos utilizado en la Red y que nos han facilitado algunas de las operaciones anteriormente mencionadas.

De esta forma hemos construido nuestro mapa de identidades adaptando un perfil a cada ámbito de actuación y estableciendo un grado de privacidad y de veracidad. En el esquema podemos ver cómo se ha ido modificando progresivamente Internet bajo estas premisas y el punto al que nos hemos dirigido con la llegada de la Web 2.0.



Hemos dado un salto cualitativo y hemos logrado que nuestra presencia en Internet no esté representada por datos falsos o busque la máxima privacidad. La tendencia de la Web 2.0 ha sido construir espacios diseñados para animar a la participación. Esto ha provocado que sea el propio usuario quien otorgue valor a cada entorno o aplicación y éstas, a su vez, se enriquezcan de la actividad colectiva.

Prompt (2005, pág. 74) señala que no sólo necesitamos una definición operacional y simple de identidad digital, sino que, además, necesitamos una buena representación

de la situación o del contexto en el que opera una identidad. A partir de ese análisis de contextos específicos, Fred Cavazza^{www1} representa el universo personal y activo de nuestra identidad conformando el denominado mapa de identidades digitales (*digital identity map*). Nuestra actuación en cada uno de estos espacios conlleva la presentación de más o menos rasgos de nuestro perfil dependiendo de si hablamos de espacios formales (profesión, certificados...) o informales (comentarios, hobbies...).

Identity Digital Mapping		
Expresión	Publicación	Profesión
Opinión	Detalles ID	Reputación
Hobbies	Certificados	Compras
Conocimiento	Avatares	Audiencia

De esta manera, aplicaciones como Flickr o Youtube se integrarían en el espacio de «Publicación» mientras Amazon, Ebay o Paypal aparecerían en el espacio «Compras». Una división tan amplia de nuestra identidad confirma nuestra participación en diferentes ámbitos y contextos de comunicación y aprendizaje que no necesariamente se ajustan a procesos formales y establecidos.

Insistimos en la idea de que somos más de lo que el profesor puede ver de cada uno, aunque en muchos casos mantenemos una coherencia en nuestra forma de actuar supeditada a las reglas y convenciones de cada medio o canal. Nuestras explicaciones acerca de la evolución de la web nos llevan a un acercamiento de identidades conformando un mapa constante, único y previsible.

En este sentido, podemos aprovechar esta unicidad para entender a los demás y reconocer ideas previas que nos ayuden a dirigir los aprendizajes o a buscar el contacto con usuarios con perfiles similares en entornos abiertos de comunicación.

7. Principios de colaboración en espacios interactivos

Cobo y Pardo (2007, pág. 103) analizan la nueva posibilidad que nos brinda la Web 2.0 con la idea ya mencionada

[www1] <http://www.fredcavazza.net>

de «aprender compartiendo» (*learning-by-sharing*) y señalan que «el proceso de intercambio de conocimientos y experiencias permite a los educandos participar activamente de un aprendizaje colaborativo».

Este proceso se produce en todas aquellas comunidades o redes sociales que invierten esfuerzos en lograr que se cumplan ciertos principios básicos inherentes. El mantenimiento y la actualización de una red se van reduciendo en la medida en que aumenta el número de usuarios que hacen uso de ella. Esa característica o cualidad, que va asociada a economías de escala tremendamente efectivas (revisar los estudios ofrecidos por complete.com como ejemplo en red del funcionamiento de los proyectos Web 2.0), utiliza en todos los casos modelos descentralizados acompañados de buenas estrategias de marketing viral.

Pero además, debe responder a esos principios que indicábamos, que permiten que un usuario con una identidad claramente definida pueda compartir información y mantener contacto con otros usuarios de perfiles similares.

Siguiendo la clasificación ofrecida por Typaldos (2000), y con algunas aportaciones, pasamos a enumerar los principios de colaboración, característicos de las principales comunidades web. Su utilidad y aplicación creemos que garantizan la respuesta a las necesidades y expectativas de los usuarios y al éxito y viabilidad de la estructura que presentan.

- 1) Propósito: compartimos objetivos e intereses.
- 2) Identidad: sabemos quiénes somos cada uno y nos definimos en ese entorno. Como indicábamos, conciliamos todos nuestros entornos de participación en una sola identidad.
- 3) Identidad colectiva: reconocemos y expresamos nuestra pertenencia. La afiliación a comunidades refuerza no sólo nuestra identidad sino también nuestras aportaciones a la construcción de las identidades de los demás. La identidad como experiencia negociada.
- 4) Reputación: tu comportamiento te define ante los demás. Y, en muchas ocasiones, nuestra identidad se definirá frente a los demás por los resultados que hemos alcanzado a partir de propuestas pactadas o iniciativas propias.
- 5) Autogobierno: regulamos nuestros comportamientos a partir de normas y valores compartidos. Regulamos el sistema con normas y convenciones construidas desde el respeto y la educación y es el propio sistema el que se encarga de expulsar a aquellos que no cumplen. En algunos casos, este punto todavía depende de una instancia superior, ejecutiva, que juzga aquellas acciones que no se enmarcan en la filosofía general de trabajo.

6) Comunicación: compartimos información e ideas y existen canales de comunicación para escucharnos mutuamente.

7) Grupos: todos nos integramos a su vez en grupos más reducidos. Es la organización más clara para gestionar la información o para desarrollar habilidades de negociación. Se refuerza la relación entre lo local y lo global.

8) Entorno: interactuamos con el espacio compartido lo que nos permite marcar nuestra trayectoria de aprendizaje, nuestras relaciones y los grados de afiliación y pertenencia.

9) Fronteras o límites: sabemos quién está y quién no debería estar. Nos desmarcamos de aquello que no tiene cabida en nuestra identidad y nos distanciamos de identidades que entran en conflicto con nuestros intereses de construcción social.

10) Confianza: sabemos con quién tratamos y nos dan suficiente confianza. Las identidades se van reforzando a medida que participamos y podemos conocer las trayectorias de aprendizaje de los otros para identificar afinidades y puntos de apoyo para nuestra propia construcción.

11) Credibilidad: veracidad de la información, facilidad de uso y reducción máxima de errores.

12) Intercambio: intercambiamos información, soporte, buenos servicios e ideas. Negociamos significados, trabajamos en equipo o solucionamos problemas a corto, medio o largo plazo.

13) Expresión: podemos lanzar nuestras opiniones, ideas y reflexiones porque conocemos a los otros miembros, nos respetan y los respetamos. Todo es susceptible de ser mejorado o reinventado pero existen una serie de códigos, conductas y estilos que debemos respetar para mantener la libertad de expresión de todos los miembros.

14) Historia: podemos recuperar nuestro pasado, nuestra historia, y ver la evolución. La trayectoria de aprendizaje se clarifica y se reconstruye cuando somos capaces de saber qué hemos hecho y cómo hemos llegado a donde estamos.

15) Retroalimentación: el sistema se adapta a los usuarios porque estos demandan cambios y ofrecen su opinión y sus aportaciones. El diseño de las páginas es flexible y muestra aquello que yo deseo, permitiéndome el manejo de componentes, diseño, presentación, fuentes...

8. Conclusiones

Los cambios en los procesos de mediación y comunicación desde una perspectiva digital nos están permitiendo conformar un mapa de identidades que da un fuerte impulso a nuestros procesos de aprendizaje y a la creación de comunidades. El aprendizaje se produce en contextos específicos,

situados, o en contextos colectivos según los principios de colaboración y participación que se consideren, alguno de los cuales hemos presentado en este trabajo.

La organización virtual comienza a adquirir un papel destacado y la comprensión de los procesos de construcción de conocimiento agiliza la adaptación de los entornos a los usuarios. Estos, a su vez, van definiendo su identidad en cada acción y establecen nuevas estrategias de participación que les permite optimizar sus relaciones sociales. La utilización de este proceso casi universal de la interacción social beneficia a cada aprendiz que encuentra vías para visitar otras comunidades avalado en muchos casos por sus contribuciones útiles. Los profesores aprovechan la libre circulación de los individuos entre las comunidades para generar nuevos procesos de colaboración y para facilitar la construcción de conocimiento entre identidades.

El camino hacia una identidad única potenciará aún más, si cabe, todos estos beneficios y aumentará la transparencia de los procesos de comunicación y aprendizaje.

Bibliografía

- BERNERS-LEE, TIM (2000). *Tejiendo la Red. El inventor del World Wide Web nos descubre su origen*. Madrid: Siglo XXI. 237 pág.
- CABERO, JULIO (2006). «Bases pedagógicas del e-learning» [artículo en línea]. *Revista de Universidad y Sociedad del Conocimiento (RUSC)*. Vol. 3, n.º 1. UOC. <<http://www.uoc.edu/rusc/3/1/dt/esp/cabero.pdf>>
- COBO ROMANÍ, CRISTÓBAL; PARDO KUKLINSKI, HUGO (2007). *Planeta Web 2.0. Inteligencia colectiva o medios fast food*. Grup de Recerca d'Interaccions Digitals. Barcelona: Universitat de Vic/ Flacso México. 162 pág.
- FUMERO, ANTONIO; ROCA, GENÍS (2007). *Web 2.0* [libro en línea]. [Fecha de consulta: 1 de marzo de 2008]. Madrid: Fundación Orange. 136 pág. <http://www.fundacionorange.es/areas/25_publicaciones/publi_253_11.asp>
- GLADWELL, MALCOM (2005). *Inteligencia intuitiva*. Madrid: Taurus. 293 pág.
- HASSAN, YUSEF; HERRERO, VÍCTOR (2006). «Improving Tag-Clouds as Visual Information Retrieval Interfaces». En: *InSciT2006* (25-28 de octubre de 2006: Mérida, España) [artículo en línea]. Nosolousabilidad. [Fecha de consulta: 15 de febrero de 2008]. <http://www.nosolousabilidad.com/hassan/improving_tagclouds.pdf>

- JOHNSON, STEVEN (2002). *Emergence. The connected lives of ants, brains, cities and software*. Londres: Penguin Books. 288 pág.
- NAFRÍA, ISMAEL (2007). *Web 2.0. El usuario, el nuevo rey de Internet*. Barcelona: Gestión 2000. 371 págs.
- O'REILLY, TIM (2005). «What Is Web 2.0? Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software» [artículo en línea]. *O'Reilly Network*. [Fecha de consulta: 22 de enero de 2008].
<<http://www.oreillynet.com/pub/a/oreilly/tim/news/2005/09/30/what-is-web-2.0.html>>
- ORTEGA, SERGIO (2007). «Evolución del perfil del usuario: Usuarios 2.0» [artículo en línea]. *No Solo Usabilidad Journal*. N.º 6. Nosolousabilidad. [Fecha de consulta: 22 de marzo de 2008].
<<http://www.nosolousabilidad.com/articulos/usuario2.0.htm>>
- PROMPT, MICHAEL (2005). «The second wave: Linking identities to contexts» [artículo en línea]. *Digital ID World*. Abril/Mayo 2005. [Fecha de consulta: 10 de marzo de 2008].
<<http://magazine.digitalidworld.com/Apro5/index.htm>>
- RHEINGOLD, HOWARD (2004). *Multitudes inteligentes. La próxima revolución social (Smart Mobs)*. Barcelona: Gedisa. 286 pág
- TYPALDOS, CYNTHIA (2000). «The 12 principles of collaboration» [artículo en línea]. *Fast Company*. Septiembre. Typaldos. [Fecha de consulta: 23 de marzo de 2008]
<<http://www.typaldos.com/word.documents/12principles/12principles.pdf>>
- WENGER, ETIENNE (2001). *Comunidades de prácticas, significado e identidad*. Barcelona: Paidós. 348 pág.
- WINDLEY, PHIL (2005). *Digital Identity*. Sebastopol: O'Reilly. 254 pág.

Cita recomendada

ORTEGA SANTAMARÍA, SERGIO; GACITÚA ARANEDA, JUAN CARLOS (2008). «Espacios interactivos de comunicación y aprendizaje. La construcción de identidades». En: «Comunicación y construcción del conocimiento en el nuevo espacio tecnológico» [monográfico en línea]. *Revista de Universidad y Sociedad del Conocimiento (RUSC)*. Vol. 5, n.º 2. UOC. [Fecha de consulta: dd/mm/aa].
<http://www.uoc.edu/rusc/5/2/dt/esp/ortega_gacitua.pdf>
ISSN 1698-580X



Los textos publicados en esta revista están sujetos –si no se indica lo contrario– a una licencia de Reconocimiento 3.0 España de Creative Commons. Puede copiarlos, distribuirlos, comunicarlos públicamente y hacer obras derivadas siempre que reconozca los créditos de las obras (autoría, nombre de la revista, institución editora) de la manera especificada por los autores o por la revista. La licencia completa se puede consultar en <http://creativecommons.org/licenses/by/3.0/es/deed.es>.

Sobre los autores

Sergio Ortega Santamaría

Profesor de la Facultad de Comunicación de la Universidad Pontificia de Salamanca
sortegasa@upsa.es

Doctorado en Psicopedagogía. Profesor de la Facultad de Comunicación de la Universidad Pontificia de Salamanca. Profesor invitado en los programas de doctorado de Comunicación (UPSA) e Informática (UPSAM). Miembro del Consejo Asesor de *No Solo Usabilidad Journal* ha participado y asistido a eventos y congresos relacionados con el estudio de las nuevas tendencias en la web, análisis de la experiencia de usuario y procesos de interacción para el aprendizaje y la comunicación. Autor del libro *Multimedia, hipermedia y aprendizaje. Construcción de espacios interactivos*, publicado por la misma universidad.

Juan Carlos Gacitúa Araneda.

Coordinador *E-learning* en la Facultad de Comunicación de la Universidad Pontificia de Salamanca
jcgacituaar@upsa.es

Licenciado en Educación por la Universidad de Concepción, experto en Gestión de Proyectos *e-learning* por la Universidad Complutense de Madrid y doctorando en la Facultad de Comunicación por la Universidad Pontificia de Salamanca. Ha desarrollado, desde 1998, actividades de docencia, investigación y divulgación en temas relacionados con la aplicación de innovaciones en los ámbitos de la educación y la comunicación.

En el 2003, se incorpora al equipo de investigación en tecnologías de la información de la Facultad de Comunicación y crea, conjuntamente con profesores e investigadores de la Universidad, el Laboratorio de Comunicación Multimedia. Desde ahí participa en el diseño y desarrollo de herramientas de comunicación interna y externa para la facultad y en la implementación de entornos de aprendizaje *e-learning* para las asignaturas de pregrado y programas de posgrado de la Facultad de Comunicación. Colabora también en los proyectos de investigación financiados por la Junta de Castilla y León o Caja Duero.

Actualmente, es asesor pedagógico para la formación *e-learning* de la Escuela de Magisterio «Luis Vives» de la UPSA y de la Facultad de Comunicación. Es autor del libro *Sobreviviendo a la educación on-line. Manual para utilizar los recursos de Internet en el aula*.