



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA
DE MÉXICO**

FACULTAD DE PSICOLOGIA

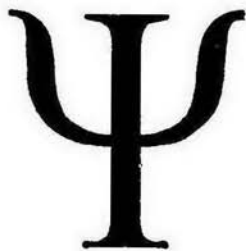
**EVALUACION DE LAS HABILIDADES SOCIALES EN JOVENES
UNIVERSITARIOS QUE UTILIZAN LA INTERNET**

T E S I S

**QUE PARA OBTENER EL TITULO DE
LICENCIADO EN PSICOLOGIA**

**P R E S E N T A N :
LAURA CRISTINA HERNANDEZ MENDEZ
KAROL VENTURA SANCHEZ MEDINA**

**DIRECTOR DE TESIS: DR. SAMUEL JURADO CARDENAS
REVISORA: MTRA. MARIANA GUTIERREZ LARA.
ASESOR ESTADISTICO: MTRO. JOSE FRANCISCO CORTES SOTRES.**



MEXICO, D. F.

OCTUBRE, 2004.



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

Afrontémoslo: era imposible que se oyeran mutuamente, y no digamos que conversaran y compitieran en el canto de semejante modo. Acelerado hacia el planeta, con la atmósfera silbando alrededor, ¿cómo habían de oírse? Pero, afrontémoslo también, se oían.

Salman Rushdie, Los versos satánicos.

Hoy en día, si no superas, si no adelantas o saltas la valla, no existes. Arriesgándome a no existir, yo prefiero resistir.

Giovanni Sartori, Homo Videns: La Sociedad Teledirigida.

Le doy gracias a la Dra. Luz María Patiño por la motivación y ayuda indescriptible que me proporciono, al Ing. José Francisco Cortés Sotres por su invaluable colaboración, dedicación y empeño.

Gracias a los sinodales en especial a la Mtra. Mariana Gutiérrez Lara y al Dr. Samuel Jurado Cárdenas por su apoyo, comentarios, correcciones y lo principal, su dedicación a esta investigación.

Para evitar las terribles omisiones prefiero agradecer en general a mis maestros, amigos, hermanos y familiares, por sus valiosos e incomparables comentarios y sobre todo por su sentido del humor que me contagio cuando más lo necesite.

Y para finalizar quiero dar un agradecimiento muy especial a mis padres por su amor y apoyo incondicional que me manifiestan día con día.

“La fe comienza precisamente donde
acaba la razón”.

S. A. Kierkegaard.

Laura C. Hernández Méndez.

Terminar esta tesis es símbolo de terminar un arduo camino y continuar otro. Agradezco a mis profesores sus enseñanzas, sin ellos no hubiera logrado cerrar este ciclo. En especial a Rosa María Campos, Juan Carlos Bojalil y Alicia Ramírez. Al Dr. Samuel Jurado Cárdenas, quien además de ser mi director de tesis también ha sido mi profesor, agradezco su dedicación, conocimiento transmitido y paciencia en su dirección. A la Mtra. Mariana Gutiérrez Lara y al Ing. José Francisco Cortés Sotres por su tiempo, esfuerzo y todas sus observaciones para hacer de este un mejor trabajo. Al Dr. Rolando Díaz Loving, al Mtro. Isaac Seligson Nisenbaum, y al Lic. José Luis Ávila Calderón por su tiempo dedicado.

A Laura, que me ha dado la mano para que juntas alcancemos esta meta a pesar de los avatares diarios y por todos los años compartidos. A Lalo y Ever, que hoy atraviesan un nuevo episodio en su vida, doy gracias por su compañía, su amistad... están en mi alma. A Dolores, Octavio, Enrique y Paco que han sido mi tormento en el último año, quiero decirles que me enseñaron a ver muchas cosas desde otra perspectiva y eso no tiene precio. A todas las demás personas amigas y hoy no tanto, que me dejaron huella en mi vida, las tengo presentes con mucho cariño, en especial a Lilia.

A mi madre, Mina, que siempre estará en mi alma, y cuyo esfuerzo para que sea una mejor mujer continua. Aún tenemos muchos obstáculos que vencer. A Judith y a Pedro por su entusiasmo y apoyo. A Fernando que aunque esta lejos se que piensa en mi, y a Emilio que es muy reservado, se que esta teniendo sus propias batallas.

A todos los mencionados y los que faltan, quiero compartir un fragmento de Fausto de Goethe.

Solo he atravesado corriendo el mundo. He asido por los cabellos cada deseo; lo que no me satisfacía, lo dejaba, y lo que huía de mí dejabalo correr. No hice más que anhelar y satisfacer mis afanes, y anhelar de nuevo, y así con pujanza he pasado impetuosamente mi vida, grande y poderosa, al principio, más ahora ando con tino y prudencia... ¿Para qué necesita un hombre tal andar errante en la eternidad? Siga así su vía todo lo largo de la jornada terrenal; si se presentan fantasmas, siga él su camino, en su avance progresivo encuentre tormentos y dichas, él que ni un solo instante está satisfecho.

Karol V. Sánchez Medina.

Índice

Resumen	7
Introducción	8
Capítulo 1. Habilidades Sociales	10
1.1 Conceptos	10
1.2 Niveles de análisis	11
1.3 Modelos explicativos	12
1.3.1 Teoría del Aprendizaje Social	12
1.3.2 Modelos interactivos	14
1.4 Dimensiones o componentes de las habilidades sociales	15
1.4.1 Conductual	15
1.4.2 Cognitiva	19
1.4.3 Psicofisiológico	21
1.4.4 Ambiental y Psicosocial	21
1.5 Evaluación y Entrenamiento de Habilidades Sociales (EHS)	22
Capítulo 2. Internet	24
2.1 Historia de la Internet	24
2.1.1 La World Wide Web (WWW)	28
2.2 Tipos de Conexión	29
2.3 Herramientas de comunicación en Internet	30
2.4 Internet en el Mundo y en México	35
Capítulo 3. Reflexiones sobre el avance tecnológico de la internet en la era posmoderna	40
3.1 Posmodernismo: la era del vacío o era del consumo	43
3.2 Tercera Fase del conocimiento	46
3.3 Educación	47
3.3.1 Educación a distancia (e- learning)	49
3.4 Trabajo	50
3.5 Relaciones interpersonales: Comunidades Virtuales y Soledad	51
Capítulo 4. Método	59

4.1 Problema	59
4.2 Tipo de investigación	59
4.3 Objetivos	59
4.4 Variables	60
4.5 Instrumentos de medición	61
4.6 Sujetos y Muestreo	61
4.7 Procedimiento	63
Capítulo 5. Resultados	65
5.1 Análisis descriptivo	65
5.2 Análisis psicométrico del Inventario de Gambrell y Richey (1975)	72
5.3 Resultados de la aplicación del análisis psicométrico de estructura factorial	79
5.4 Análisis Estructural de Covarianza	82
Capítulo 6. Discusión y Conclusiones	95
Referencias	104
Anexo A. Glosario	113
Anexo B. Cuestionario de uso de la internet	118
Anexo C. Resultados de la prueba piloto 1	119
Anexo D. Resultados de la prueba piloto 2	120

Resumen

Las Habilidades Sociales (HHSS) han sido ampliamente estudiadas desde tres líneas de investigación propuestas por Wolpe (1958); Zingler y Phillips (1960); Argyle (1967), Kendom (1967) y Welford (1966) en distintos contextos. Hoy en día surge uno nuevo a partir de la era de la comunicación e información: Internet. El ciberespacio constituye una nueva realidad, llamada realidad virtual. Las Habilidades Sociales y el nuevo contexto permitieron el análisis de ensayistas como Cebrian (2000), Guinsberg (2001), Gubern (2002), Sabato (2002), y Sartori (2002) para explicar la adaptación del ser humano a las nuevas tecnologías. Wallace (2001) compila los resultados de varias investigaciones en Internet sobre las relaciones establecidas por los usuarios, sin embargo, no se ha propuesto algún trabajo sobre la relación entre Internet y Habilidades Sociales; estas últimas básicas para el establecimiento de las relaciones interpersonales.

Esta tesis evalúa la relación entre el uso de la Internet y las Habilidades Sociales (cuyo sinónimo es Asertividad). La adaptación del Inventario de Gambrill y Richey (1975) a estudiantes universitarios de licenciatura de las 14 facultades del campus CU, UNAM. El análisis psicométrico, con una muestra de 1000 sujetos, arrojó 4 factores compuestos de 28 ítems en las 2 escalas con cargas factoriales altas, cuya confiabilidad fue $\alpha=0.8882$ en la Escala de Grado de Incomodidad y de $\alpha=0.8518$ en la Escala de Probabilidad de Respuesta. A través del Análisis Estructural de Covarianza se propone un modelo de 50 relaciones donde los estudiantes que presentan un mayor grado de incomodidad para dar y recibir halagos establecen con mayor facilidad sus relaciones dentro de la internet, pero no así sus relaciones familiares que son menores en este medio. Y los que utilizan el ciberespacio en su relación de noviazgo prefieren relacionarse en general por la red.

Introducción

Para que un individuo sea aceptado dentro de su grupo tiene que atravesar por un proceso de socialización que consiste en adquirir normas, valores, actitudes, intereses, creencias, costumbres, manejo de poder, y uso de medios de comunicación. En base a esto el individuo podrá hacer evaluaciones positivas o negativas de objetos sociales. Dicho proceso los moldea para su mejor integración y adaptación social.

El papel de los medios de comunicación como agentes de socialización es bien conocido ya que junto con el estado, la familia, la escuela, la iglesia, los amigos, el trabajo. Se encargan de transmitir los patrones culturales de comportamiento que le permitirán al individuo adaptarse y convivir con los otros, para ser aceptado por la sociedad.

Hablar de los medios de comunicación es abarcar desde sus inicios con la creación de la imprenta de Gutemberg hasta la Internet. Sin embargo, es importante precisar que lo que llama la atención a esta investigación es, que a raíz de la creación de la Internet se desarrollo una nueva forma de comunicación que provocó que muchas de las esferas del ser humano se vieran transformadas (Castells, 2001; Guinsberg, 2001 y Sartori, 2002).

Ante el reciente y extenso uso de la Internet y las diversas formas de comunicación que se han diseñado (hablemos de los chats como el Messenger, los News Groups, el e-mail), encontramos que estos han sido facilitadores para transferir información de un lugar a otro, para comunicarse entre amigos, familiares, compañeros de trabajo, a un bajo costo y en el menor tiempo.

Aunque los medios virtuales de comunicación contribuyen a la simplificación de actividades de la vida diaria, este tipo de relaciones virtuales paradójicamente sustituyen e

intervienen en las interacciones cara a cara aislando con frecuencia a los individuos, que en lugar de conversar con sus congéneres prefieren ocupar su tiempo libre en un Chat, o viendo el nuevo reality show.

En la segunda mitad del siglo XX la tecnología se encargó de cambiar el contenido y la extensión de los conocimientos, hizo participes a los individuos "Tele-espectadores" del nuevo mercado, el de la realidad virtual.

En una sociedad orientada hacia el futuro los conocimientos tienen que ser modificados y actualizados constantemente; para sobrevivir y competir en cualquier ámbito de la vida diaria se tienen que adquirir los últimos avances tecnológicos. Ahora parece imposible prescindir de la informática, ya que hasta los más reacios la emplean al mandar un fax, llamar por celular o con tarjeta telefónica, subir por el ascensor, hacer las compras del supermercado, etc. La descripción anterior incluye a los medios virtuales de comunicación como la Internet, que forman ya parte del saber cotidiano, de por lo menos una buena cantidad de mexicanos, pues su uso se ha extendido a nuevos canales de comunicación, a través del chat y correo electrónico principalmente, creando los llamados grupos de trabajo y foros de discusión que son antecedentes de las comunidades virtuales descritas por Rheingold (1994), que de inicio son elitistas.

Capítulo 1

Habilidades Sociales

1.1 Conceptos

En la actualidad el estudio de las Habilidades Sociales es imprescindible para saber si los individuos establecen relaciones adecuadas o inadecuadas en su vida cotidiana.

Durante la primera mitad del siglo XX se hicieron los primeros estudios vinculados con las habilidades sociales, sin embargo, tras muchas décadas de investigación aun no se ha podido precisar un concepto o modelo central que sea válido y aceptado por la mayoría de los autores que han trabajado en el tema. Ante esto se destacan tres principales líneas de investigación (Caballo, 1993):

- a) Asertividad iniciando por Wolpe (1958).
- b) Competencia Social por Zingler y Phillips (1960).
- c) Habilidades Sociales, aplicado por Argyle (1967), Kendom (1967) y Welford (1966).

Caballo (1993) se refiere a los términos Asertividad y Habilidades Sociales como equivalentes, y le da mayor importancia a la efectividad que pueden tener en función de una situación o contexto. Por lo que define a las habilidades sociales como

Un conjunto de conductas emitidas por un individuo en un contexto interpersonal que expresa los sentimientos, aptitudes, deseos, opiniones o derechos de ese individuo de un modo adecuado a la situación respetando esas conductas en los demás y que generalmente resuelve los problemas inmediatos de la situación mientras minimiza la probabilidad de futuros problemas (p. 6).

Los trabajos más recientes sobre habilidades sociales (Caballo, 1993; León y Medina, 1998; Monjas, 2002) muestran que para conceptualizar estas se deben considerar cuatro características fundamentales:

1. Son conductas adquiridas por aprendizaje.
2. La habilidad social debe tener un efecto bidireccional, complementario, interdependiente y recíproco en la relación con dos o más individuos.
3. En su aplicación, las habilidades sociales deben ser adaptables, específicas, concretas y flexibles a los objetivos de la situación.
4. Las habilidades sociales implican estrategias para conseguir reforzamiento, mantener e impedir su pérdida.

Lo mencionado anteriormente se concreta en la definición que León y Medina (1998) dan acerca de las habilidades sociales:

Una clase de respuestas pertinentes para desempeñar con eficacia las siguientes funciones: conseguir reforzadores en situaciones de interacción social; mantener o mejorar la relación con otras personas en la interacción interpersonal; impedir el bloqueo del refuerzo social o mediado socialmente; mantener la autoestima y disminuir el estrés asociado a situaciones interpersonales conflictivas (p.15).

1.2 Niveles de análisis

Existen dos niveles que se utilizan como parte de un procedimiento de evaluación, el tipo molar y el tipo molecular (Caballo, 1993; León y Medina, 1998).

1. Nivel Molar. Es una forma de evaluación de las habilidades sociales que se hace a través de escalas que miden el impacto del comportamiento de un individuo hacia otros.

Este tipo de análisis arroja información de forma general y subjetiva. Sus principales desventajas son que no indica con especificidad si la conducta del sujeto está bien o mal, o si las respuestas son debidas al efecto de la evaluación.

2. Nivel Molecular. Esta relacionado con el modelo conductual de las habilidades sociales por lo que hace referencia a aspectos específicos y observables para su medición objetiva, son descritas como variables continuas o discretas. Sin embargo, el principal problema es que el impacto social está determinado por un complejo patrón de conductas en la interacción, y no por respuestas concretas o por el número de veces ejecutado.

Dado que los anteriores niveles tienen problemas aún no resueltos con respecto a sus juicios globales y especificidad metodológica, otros autores proponen un nivel que denominan intermedio. Este nivel focaliza a cierto tipo de respuestas o patrones de conducta social tomando en cuenta aspectos globales y medidas específicas en su evaluación. Con este nivel es posible abarcar dimensiones conductuales, cognitivas, psicofisiológicas y psicosociales.

1.3 Modelos explicativos

1.3.1 Teoría del Aprendizaje Social

Para Bandura (1971) el aprendizaje social es adquirido inicialmente por la imitación y observación de conductas que evitan el ensayo y error; a partir de esto extraemos reglas generales para interactuar con otros, y obtener los objetivos deseados, además de reforzar las conductas efectivas, es decir, autorreforzamiento (León y Medina, 1998).

Más tarde Kelly (1987) propone, que las habilidades sociales se adquieren como consecuencia de varios mecanismos de aprendizaje.

1. **Aprendizaje de habilidades sociales por reforzamiento directo.** Son las conductas que al ser puestas en situaciones sociales y resultan ser reforzadas por sus consecuencias positivas seguirán siendo incluidas en el repertorio conductual del sujeto; por el contrario, si esas conductas no conducen a consecuencias positivas serán extinguidas y dejarán de emitirse.
2. **Habilidades sociales por experiencias observacionales (aprendizaje vicario).** Esta basado en lo que Bandura (1971) denominó Modelado y se requiere pasar por tres efectos (León y Medina, 1998).
 - a. Observación. Un modelo de conducta, que no se emitía con anterioridad, se adquiere.
 - b. Desinhibición. El observador emite con más frecuencia una conducta expuesta por el modelo que ya existía.
 - c. Inhibición. Después del modelado, el observador disminuye la frecuencia de una conducta existente.
3. **Feedback interpersonal.** Es un mecanismo de ajuste y refinamiento de habilidades sociales relacionado con el reforzamiento social. Dicho refuerzo debe ser contingente aún cuando el individuo no se da cuenta. Es aplicado de forma directa y específica. Cuando la retroalimentación es positiva se reafirma la conducta; por otro lado, cuando existe la ausencia de reforzamiento o este es negativo se debilita la conducta.
4. **Aprendizaje de habilidades sociales y expectativas cognitivas.** Estas habilidades se dan como consecuencia de experiencias en situaciones similares. Cuando las situaciones son positivas se mantendrán altas

expectativas y por consiguiente se seguirá emitiendo la conducta. Cuando las expectativas son bajas es poco probable que la conducta se repita aunque los resultados sean potencialmente deseables.

1.3.2 Modelos interactivos

Estos modelos constituyen un marco de referencia más amplio en la investigación, que unifica los procesos cognitivos y conductuales. Según Scheroeder y Rakos (1983), estos modelos interactivos evalúan las consecuencias así como las evaluaciones que conducen a las consecuencias; toma en cuenta los componentes encubiertos y manifiestos de una respuesta total; las descripciones molares y moleculares son reemplazadas por el contexto social específico y determinado, es decir, la influencia de las personas en las situaciones (Caballo, 1993).

Uno de los trabajos más importantes es el de McFall (1982), el modelo esta compuesto por tres tipos de estadios (León y Medina, 1998):

1. Proceso senso-perceptual. Es decir de recepción, identificación e interpretación de información.
2. Toma de decisiones. Cuando la información es recibida y transformada esta se asocia a reglas, cuyas acciones específicas han sido almacenadas en la memoria a largo plazo.
3. Habilidades de codificación. La información recibida se codifica en una secuencia de conductas observables, así como en un proceso de retroalimentación y observación para realizar los ajustes más convenientes.

1.4 Dimensiones o componentes de las Habilidades Sociales

En la evaluación de las habilidades sociales es importante incluir factores conductuales, cognitivos, psicofisiológicos y psicosociales para poder identificar cuales son las conductas socialmente adecuadas e inadecuadas en situaciones específicas. El estudio del vínculo entre dichos factores le permitirá al psicólogo vislumbrar el panorama del sujeto, y por lo tanto elegir el mejor Entrenamiento en Habilidades Sociales (EHS).

1.4.1 Conductual

El modelo conductual ha sido el más estudiado en el campo de las habilidades sociales (Caballo, 1996), sus características se mencionan a continuación:

1. Es un conjunto de capacidades de actuación aprendidas.
2. La capacidad de respuesta tiene que adquirirse y consiste en un conjunto identificado de capacidades específicas.
3. La habilidad social esta determinada por factores ambientales, variables de la persona y de la interacción entre ambos.
4. Las conductas deseables e indeseables pueden ser socialmente reforzadas ya sea positiva o negativamente.

Las dimensiones conductual esta compuesta por los componentes verbales, no verbales y paralingüísticos.

Componentes verbales. De acuerdo con Monjas (2002) en cualquier situación interpersonal, por medio de la expresión, verbal alabamos a los otros, expresamos nuestros sentimientos, negociamos un conflicto o saludamos. Caballo (1996) agrega que a través de la conversación comunicamos ideas u opiniones, solucionamos problemas,

transmitimos información, mantenemos las relaciones sociales y disfrutamos la interacción con los demás (véase Tabla 1.1).

Tabla 1.1. Componentes verbales.

Tipos de respuesta	Descripción
Elementos del habla	Aún no queda claro cuales son los elementos del habla que son esencialmente habilidosos, sin embargo, desde el EHS se sugieren tres características: El decir no y tomar una posición (manifestar una posición y respuesta a una demanda, razonamiento que explica o justifica y comprensión o expresión de sentimientos de la otra persona); pedir favores y defender los derechos (expresar la existencia de un problema, petición de solución, clarificar para especificar el problema); y expresar sentimientos de una forma apropiada.
Conversación	Implica una integración compleja y cuidadosa regulada por señales verbales y no verbales de tal modo que se produzca un intercambio adecuado de información sin interrupciones o silencios incómodos y prolongados, incluye un soporte de saludos rituales, presentaciones e intercambios recíprocos y de etiqueta. Los elementos que se señalan son la retroalimentación, que puede ser de atención (distancia, orientación y posturas apropiadas), refleja (determina un nivel profundo o superficial de significado, espacio y refuerzo); y el comentar la verbalización del que habla. Preguntar para conseguir información, (habilidad del habla para iniciar un intercambio de hechos y afirmaciones generales, expresión de sentimientos, actitudes y opiniones).

Componentes no verbales (véase Tabla 1.2). El lenguaje corporal, mejor conocido como comunicación no verbal expresa afectos, actitudes y emociones; "complementa, apoya y en algunos casos sustituye al mensaje verbal. En las relaciones interpersonales hay que prestar atención, no solo al contenido (lo que el sujeto expresa), sino también al modo de expresión -cómo lo expresa-" (Monjas, 2002, p.62).

Tabla 1.2. Componentes no verbales.

Tipos de respuesta	Descripción
Mirada	Es el contacto ocular con otra persona, identificado como una señal porque indica que se está atendiendo a otro y es un canal de comunicación, además de servir para regular y manejar turnos de palabras. Implica comunicación de actitudes o evitar el contacto e intimidad.
Dilatación pupilar	No solo se ve afectado por la luz-oscuridad, sino que también la dilatación-contracción es debida a estímulos que causan interés o rechazo respectivamente, esas señales de pupila se emiten y reciben de forma inconsciente y son clave de la expresión de sentimientos.
Expresión facial	Principal sistema para expresar emociones, y una de las partes más importantes del cuerpo en total por ser la más observable. Indica actitudes y proporciona constante retroalimentación al observador, modifica y transmite información de acuerdo a un mensaje.
Sonrisas	Considerada la expresión facial reproducible voluntariamente con mayor facilidad, forma parte de los saludos e intercambios sociales. Aunque también es utilizada para ocultar emociones negativas, sus estudios indican una correlación positiva con las habilidades sociales.
Postura corporal y orientación corporal	Las posturas más identificadas son las de pie, sentado, agachado o arrodillado y echado, van de acuerdo a patrones culturales. Además de reflejar actitudes, sentimientos o emociones y complementan el habla. La orientación corporal y de cara indica mayor intimidad en la cercanía y viceversa.
Gestos	Cualquier estímulo visual enviado a un observador, determinados culturalmente e incluyen movimientos de manos, cabeza, pies y piernas, son independientes de la actividad verbal, pueden ser ilustradores, reemplazar el habla, estado emocional y ser autoadaptadores a situaciones sociales.
Distancia proximidad	Implica cuatro fenómenos básicos: retiro (autonomía personal, liberación emocional, autoevaluación, limitación, y protección ante la comunicación); espacio personal (área que rodea inmediatamente a un cuerpo y puede indicar relaciones íntimas a situaciones formales); territorialidad, es un área individual de uso exclusivo o control; y hacinamiento (que implica un espacio limitado por la oferta disponible debido a la densidad por lo que hay un contacto físico elevado, y puede ser experimentado tanto física como subjetivamente.). Intervienen el contexto social y es parte de las habilidades sociales hasta producción de cambios en el ambiente físico.
Contacto físico	Es considerada como la forma más íntima, primitiva, directa e intensa de comunicación. De los diferentes grados de presión y contacto se determinan estados emocionales, actitudes o deseos de intimidad interpersonal, va de acuerdo a la situación y clase de persona con la que se tiene contacto.
Apariencia personal y atractivo físico	Hace referencia al aspecto de una persona, se basa en el conjunto que representan la vestimenta, el físico, la cara, pelo y manos, implican la auto representación y el cómo le gustaría integrarse, uno mismo, a un determinado contexto. El atractivo representan los rasgos más visibles, atractivos y accesibles para interrelacionar.

Componentes paralingüísticos. Se consideran tres aspectos para estudiar la vocalización (véase Tabla 1.3): a) es un medio de comunicación de sentimientos, actitudes y personalidad que da énfasis y significado al habla; b) el acento es distintivo de los grupos culturales y raciales considerando la competencia, integridad y atractivo; c) va conforme a una situación determinada, o combinación verbal y conductual de la expresión (Caballo, 1993).

Comprende los aspectos no lingüísticos del lenguaje como son cualidades de la voz (tono, volumen, altura, firmeza, gravedad de la voz) componentes sonoros (gritos, gruñidos), pausas en el flujo de la conversación (pautas diálogo-silencio), ritmo y velocidad de la conversación, errores lingüísticos. (Monjas, 2002).

Tabla 1.3. Componentes paralingüísticos o vocales.

Tipos de respuesta	Descripción
Latencia	Intervalo de inicio entre una oración y otra.
Volumen	La acción que consiste en que el mensaje llegue al potencial del oyente.
Timbre	Calidad vocal o resonancia de voz como resultado de las cavidades orales.
Tono e inflexión	Modulación consciente de la voz para dar énfasis y expresar diversos sentimientos y emociones.
Fluidez y perturbaciones del habla	Comprende vacilaciones, falsos comienzos y repeticiones.
Tiempo de habla	El tiempo en que se mantiene hablando un individuo y que permite un intercambio de información.
Claridad	Calidad de pronunciación.
Velocidad	Ritmo de habla.

1.4.2 Cognitiva

La dimensión cognitiva hace referencia a la información que un individuo percibe y como la interpreta o evalúa (Caballo, 1993). Esto va de acuerdo a dos aspectos:

Primero. La concepción que uno mismo hace del ambiente; cada ambiente posee rasgos particulares para ser percibido de una determinada forma, y favorecer o no la comunicación en el desarrollo de una relación. La percepción de la situación difiere con la edad, género y cultura. A continuación se mencionan algunos tipos de percepción que regulan la conducta para actuar en contextos diferentes:

1. De formalidad.
2. De un ambiente cálido.
3. De ambiente privado.
4. De familiaridad.
5. De restricción.
6. De la distancia.

Segundo. Variables cognitivas del individuo. La percepción y la evaluación cognitiva es la integración de abstracciones, concepciones y conceptos que se tienen de sí mismo.

1. Competencias cognitivas. Es la capacidad de construir activamente conductas potenciales, habilidosas y adaptativas.
 - a. Conocimiento de la conducta habilidosa apropiada.
 - b. Conocimiento de las costumbres sociales.
 - c. Conocimiento de las diferentes señales de respuesta.
 - d. Saber ponerse en el lugar de la otra persona.

- e. Capacidad de solución de problemas.
2. Estrategias de codificación y constructos personales. Es la capacidad para atender, interpretar y categorizar los estímulos o situaciones, actuando selectivamente ante las distintas clases de información.
 - a. Percepción social o interpersonal adecuada.
 - b. Habilidad de procesamiento de información.
 - c. Constructos personales.
 - d. Teorías implícitas de la personalidad.
 - e. Esquemas.
 3. Expectativas. Son la guía que permite hacer una selección de conducta, para producir una probable respuesta o consecuencia. Esa determinación se basa en situaciones similares anteriores y los estímulos que predicen la ocurrencia aprendida entre señales.
 4. Valores subjetivos de los estímulos. La conducta que las personas eligen esta determinada por los valores que se le dan a los estímulos y los resultados, sean estos positivos o negativos, agradables o desagradables.
 5. Planes y sistemas de autorregulación. Los objetivos y patrones de conducta están regulados por su autorecompensa, la autocrítica, la actuación, la planificación, que permiten al individuo tener el control de la situación.

1.4.3 Psicofisiológico

El componente psicofisiológico ha sido uno de los menos estudiados en el ámbito de las habilidades sociales. Las variables fisiológicas empleadas y medidas en algunos estudios se presentan a continuación (Caballo, 1993).

1. Tasa cardiaca.
2. Presión sanguínea.
3. Flujo sanguíneo.
4. Respuestas electrodermales.
5. Respuestas electromiográficas.
6. Respiración.

Los resultados obtenidos a partir de la medición de dichas variables, no han tenido gran relevancia en el campo de las habilidades sociales, su inclusión todavía resulta ser poco significativa con respecto a la evidencia aportada por otros componentes (conductual y cognitivo).

1.4.4 Ambiental y Psicosocial

Es bien sabido que existe una interacción entre el medio y la conducta, es decir, como el ambiente influye sobre la conducta y como esta produce cambios en el medio ambiente. Algunos factores psicosociales apenas han sido incluidos últimamente dentro del estudio de las habilidades sociales. De acuerdo con Gil, León y García (1995) las características derivadas de la pertenencia a determinados grupos o categorías sociales y procesos propios del desempeño de roles, son denominadas variables sociodemográficas (León y Medina, 1998).

Variables físicas. En esta categoría encontramos las relacionadas con el color, temperatura, luz, ruido, música, gusto, olor y personas. Las cuales se encuentran de forma natural, así como construidas por el hombre.

Variables sociodemográficas. Ejemplos de estas son el género, la edad, nivel socioeconómico, cultura, religión, orden familiar, lugar de residencia por enumerar algunas.

Variables organizativas. Son las que ordenan, organizan y norman el comportamiento de un individuo en relación al medio en que se desenvuelve su conducta.

Variables interpersonales. Es la evaluación del comportamiento de un sujeto en función de la estructura social en un grupo determinado.

Variables conductuales. Son consideradas en el momento de operativizar un ambiente determinado, de esa forma se consideran conductas definidas previamente o aspectos cognitivos para su análisis.

1.5 Evaluación y Entrenamiento de Habilidades Sociales (EHS)

La dinámica actual exige a los individuos la capacidad y habilidad para integrarse a las diversas tareas y roles que se desempeñan en la vida diaria. Por esta razón es indispensable contar con las habilidades sociales apropiadas, con el fin de adaptarse a todas las situaciones posibles.

Sin embargo, existen muchas dificultades o déficits en la interacción con otros, que pueden ser debido a la falta de un modelo o repertorio conductual por un inadecuado reforzamiento, por carencia de estimulación, oportunidades de aprendizaje y modelo

apropiado, además de la falta o limitación para desempeñar esas habilidades integrando las facultades emocionales, cognitivas, psicofisiológicas y psicosociales (Monjas, 2002).

Es importante contar con una evaluación de habilidades sociales que permita asignar el modelo de intervención o EHS más adecuado, y que sea aplicable antes, durante y después del tratamiento así como en el periodo de seguimiento, de tal modo que facilite el mantenimiento y la generalización de las conductas en la vida real del individuo (Caballo, 1996).

Caballo (1996) indica que las habilidades sociales deben ser evaluadas por las siguientes categorías: conducta, emociones, sensaciones, pensamientos, imaginación, relaciones interpersonales, drogas, estado fisiológico y ambiente. Su análisis debe ser tanto a nivel molar como molecular, además de utilizar diversos instrumentos de recolección de datos:

1. Cuestionarios de Habilidades Sociales, Ansiedad Social y Cognitivos.
2. Entrevistas.
3. Autoinformes o autorregistros de Habilidades Sociales, Ansiedad Social y Cognitivos.
4. Evaluaciones realizadas por otras personas.
5. Observación Conductual. Comportamiento real (observación natural y auto observación) y comportamiento análogo (role playing).
6. Registro Psicofisiológico.

Los déficits en las habilidades sociales implican un análisis multidimensional, ya que están asociados a las principales formas de psicopatología y conductas disfuncionales.

Capítulo 2

Internet

En el siglo XX pocos avances tecnológicos crearon tanta polémica como la *Internet*. Su influencia ha permeado a una parte importante de la población mundial ya que ofrece otras posibilidades para conocernos, comunicarnos e interrelacionarnos en cualquier esfera social, rompiendo barreras sin importar la distancia. Se ha definido a la internet técnicamente como una red mundial de computadoras, donde sus interconexiones y la información que se transmite entre ellas, está compuesta por muchos tipos de equipos informáticos, desde los equipos caseros hasta los grandes centros de supercomputadoras. Cada segundo, volúmenes de información se desplazan por Internet al mismo tiempo que los usuarios realizan multitud de tareas, que van desde el envío de mensajes por correo electrónico o la compra de productos hasta la realización de investigaciones científicas (Enciclopedia Microsoft Encarta, 2001).

Para entender que es la Internet, sin ahondar en tecnicismos, a continuación se expone la historia, conceptos básicos y términos asociados con su uso.

2.1 Historia de la Internet

Esta surge como un proyecto de investigación al interior del Departamento de la Defensa de Estados Unidos y en especial del Advanced Research Projects Agency (ARPA, Agencia de Proyectos de Investigación Avanzados). Esta agencia se encargó de construir una de las primeras redes computacionales, cuyo principal fin era la existencia de una conexión que resistiera a los posibles ataques nucleares entre Estados Unidos y la

desaparecida URSS (que en 1957 lanzó el satélite Sputnik). Así el ARPA, con su primer proto-internet en 1969, comunicó cuatro computadoras situadas en California y Utah. La red de estos cuatro ordenadores tenía una estructura descentralizada; si algún ordenador fallaba o no estaba operando los otros tres continuaban vinculados. A este tipo de red se le denominó ARPA-NET. Para 1972 ya tenían conectados 40 ordenadores que transmitían información a través de pequeños archivos de texto similares a los que conocemos hoy como correo electrónico (e-mail) (Ferreyra, 2000).

En 1974 Cerf y Khan crearon el modelo de Software más importante para la internet, el software del Protocolo Internet (IP), que proporciona comunicación básica y el Software de Protocolo de Control de Transmisión (TCP), que controla grandes cantidades de información (Ferreyra, 2000).

Los protocolos TCP/IP establecen la ubicación de la información, el número de paquetes de información y registran si esta llega completa de un ordenador a otro. El TCP/IP sentó las bases para que la internet fuera un sistema abierto y que cualquier modelo de computadora pudiera conectarse, pues en esa época muchas compañías empezaban a desarrollar tecnologías muy diversas. El ARPA al hacer públicos los resultados de su investigación provocó que cualquier desarrollo tecnológico en la Internet fuera compatible, evitando así la restricción del número de computadoras conectadas a la red (Ferreyra, 2000).

Ya para el año de 1980 el software experimental TCP/IP estaba disponible entre los laboratorios de investigación (académicos e industriales), aunque toda la investigación fue auspiciada por el ejército de Estados Unidos (Comer, 1995).

Una vez probada la eficiencia del Software TCP/IP en la población civil, en 1982, el ejército de Estados Unidos eligió a la Internet como su principal medio de comunicación gracias a la confiabilidad que ya brindaba la red. Esto dió como resultado la creación de MILNET (1983) para uso exclusivo del ejército. El ARPANET continuó a la disposición de la investigación (Comer, 1995).

En 1984 dependencias gubernamentales como el Departamento of Defense (DOD, Departamento de la Defensa) y la National Aeronautics and Space Administration (NASA, Administración Nacional Aeronáutica y del Espacio), utilizaban el TCP/IP y pronto se conectarían a la internet (Comer, 1995).

Al mismo tiempo que se probó el TCP/IP la National Science Foundation (NSF, Fundación Nacional para la Ciencia) financia el desarrollo de la internet y la tecnología de este protocolo. Logrando conectar en 1985 a los investigadores de 100 universidades a través de supercomputadoras de alta velocidad que optimizaban el análisis de datos. Estas supercomputadoras conectaban cinco centros de investigación distribuidos en Estados Unidos. La NSF a través de donaciones federales, por un lado, y empresas, por otro, lograron formar la red de área amplia de alta velocidad para conectar partes de la internet y las redes regionales NSF que abarcaban grandes áreas geográficas (redes NSF de nivel medio). Estos dos tipos de redes fueron posibles gracias a la tecnología WAN, favorecidas por la creación del MODEM (Comer, 1995).

En 1987, la NSF logra la fusión de tres organizaciones para establecer la nueva red de área amplia, que constituyó la columna vertebral de la Internet en 1988: MCI, compañía telefónica de larga distancia que proporciono las líneas telefónicas; IBM, fabricó las

computadoras y el Software utilizado para la WAN; y MERIT, construyó y operó la red (Comer, 1995).

La nueva era de la red pronto alcanzo su máxima capacidad y el gobierno federal no podía sufragar los costos de la internet indefinidamente, es por ello que las anteriores compañías formaron una nueva red denominada Advanced Networks and Services (ANS, Redes de Servicios Avanzados), que en 1992 creó la ANSNET reemplazando a la NSFNET con una capacidad treinta veces mayor (Comer, 1995).

Lo que hoy conocemos como la Internet fue gracias al científico Tim Berners-Lee, que creó la WWW o W3 en 1990 (Challoner, 2002).

Posteriormente, en 1993, el desarrollo tecnológico que imperaba propicio la apertura de la internet, así como cambios políticos, económicos y sociales. Por esta razón la internet atravesó fronteras llegando a Europa. Ahí se desarrollaron otros tipos de redes que no necesariamente estaban con la TCP/IP como la JANET por mencionar alguna (Comer, 1995).

En 1991 utilizando TCP/IP y a través de una organización cooperativa crearon una red de alta velocidad, que sería la columna vertebral europea, llamada EBONE. En 1994 con una conexión confiable logra conectarse con Estados Unidos; haciendo posible la Internet global que esta organizada en tres niveles o jerarquías: primero, redes locales; segundo, redes regionales y tercero, conexiones entre países. A partir de esto se favoreció la conexión entre los cinco continentes (Comer, 1995).

Desde entonces la Internet creció exponencialmente, duplicando su cifra año con año. Sin embargo, este crecimiento se limita a la actual tecnología de la Internet, es decir, el número de computadoras conectadas a la red debe ser menor a 4 294 967 296 (Comer,

1995). Aunque los investigadores prefieren no hacer predicciones acerca del crecimiento incontrolable.

2.1.1 La World Wide Web (www)

Comparada con la Red Internet, es una herramienta prácticamente nueva. Antes de que existiera la Web, los investigadores de las universidades utilizaban las aplicaciones de la internet como el correo electrónico; TELNET para tener acceso a computadoras remotas; los directorios GOPHER, ARCHIE, VERONICA o FINGER. Todo se realizaba a través de la clásica pantalla negra de una terminal UNIX o una PC, emulando la terminal con un programa de comunicaciones en modo de texto, mediante el protocolo TCP/IP. El problema se presentaba cuando los trabajos o investigaciones contenían archivos de gráficos, texto o video y un colega deseaba consultarlos o trasladarlos hasta su computadora (Ferreyra, 2000).

La World Wide Web es un sistema distribuidor de información basado en el hipertexto e hipermedia. Se desarrollo en 1990 por un grupo de investigadores, bajo la dirección de Tim Berners-Lee, en el laboratorio europeo de Física en Partículas, CERN, ubicado en Suiza. Ellos definieron los conceptos HTTP, HTML y URL que son las trilogía base para construir, localizar y tener acceso a las páginas Web en cualquier nodo o red conectados a la Internet (Ferreyra, 2000).

Las direcciones de la Web comienzan con las siglas HTTP que significan Hipertext Transport Protocol o Protocolo de Transporte de Hipertexto, diseñado como una herramienta para facilitar la transmisión de documentos compuestos de texto, gráficas y sonidos. El lenguaje HTML (Hipertext Markup Language o Lenguaje Hipertexto de Marcas)

es el estándar para el diseño y creación de las páginas en la Web. La URL es el nombre del localizador de los recursos de la Internet: Uniform Resource Locator o Localizador Uniforme de Recursos (Ferreyra, 2000).

En el Centro Nacional de Aplicaciones de Supercómputo (NCSA, National Center for Supercomputing Applications) de la Universidad de Illinois Marc Andreessen, junto con el grupo de desarrollo de esa institución, trabajo a principios de 1993 en un proyecto cuyo propósito era leer las páginas del Web que estaban en formato HTML; pero no en modo de texto, sino en forma gráfica, utilizando las capacidades del Hipertexto e Hipermedia. El producto de estas investigaciones fue el navegador del Web más conocido de entonces: Mosaic, antecedente de los nuevos hojeadores o buscadores (Browsers) como Netscape, Internet Explorer, Spry y muchos otros. En marzo del mismo año, Marc Andreessen y varios colegas forman la compañía Mosaic Communications Corporation, que poco tiempo después se convertiría en la multimillonaria Netscape (Ferreyra, 2000).

2.2 Tipos de conexión

Existen muchas formas de acceder, así como usos que van de lo doméstico a lo empresarial.

Para poder conectarse a la red sea esta de tipo LAN, WAN o MAN, es indispensable contar físicamente con varios elementos: tarjeta de red, cable para las conexiones y conectores adecuados (Ferreyra, 2000).

Una vez hecha la conexión físicamente desde la computadora a la línea telefónica por medio del MODEM, se solicita una cuenta de acceso a Internet proporcionada por un proveedor. Se establece el nombre corto del usuario, la clave en el sistema, el número

telefónico de acceso, el nombre de dominio del proveedor, la dirección IP y el sufijo de dominio del correo electrónico (Ferreyra, 2000).

Los proveedores tienen distintas aplicaciones de navegación: Netscape (Communications Inc., actualmente propiedad de AOL, -America on Line-) que también tiene navegadores como Netscape Navigator; AOL y Communicator y Microsoft Corporation con Internet Explorer (Ferreyra, 2000).

Existen muchos otros navegadores como ACCENT (navegador multilingüe), Opera, Spy, Cyberdog que son aplicables a las Apple Macintosh; Amaya Browser de la World Wide Web Consortium o W³C; Amberr VRML y Mosaic (Ferreyra, 2000).

2.3 Herramientas de comunicación en Internet

La arquitectura de la Internet ha sido diseñada para cubrir las muy diversas necesidades y demandas de los usuarios. Estas pueden ser dedicadas al entretenimiento, información, contacto con otras personas ya sean conocidos o desconocidos, acceso a grupos de interés afin y especializados en diversos temas o simplemente para descargar archivos multimedia y programas de aplicación. A continuación se describen algunas herramientas y servicios que proporciona la Internet (Pareras, 1997).

Correo electrónico (e-mail)

El correo electrónico constituye una herramienta de comunicación entre los usuarios de la red. Los programas gestores permiten enviar o recibir mensajes desde cualquier parte del mundo, en muy poco tiempo con solo dar un click. Esta herramienta tiene las siguientes ventajas (Pareras, 1997).

1. Rapidez. Los mensajes llegan con rapidez sin importar si son locales o internacionales.
2. Economía. Los mensajes tienen el mismo costo, sin importar la distancia y el número de mensajes que se envíen.
3. Eficacia. Permite hacer varios movimientos de forma óptima y rápida, es decir, tan pronto como se recibe un mensaje ya se está contestando, se almacenan los archivos enviados o recibidos, manteniendo el contacto con muchos destinatarios.
4. Versatilidad. Se pueden recibir y enviar diferentes tipos de archivos con formato multimedia (sonidos, gráficos e imágenes). Además, suscribirse a grupos de discusión, revistas electrónicas, obtener copias gratuitas de software o cualquier archivo que se pueda almacenar en un ordenador.

A pesar de las ventajas señaladas anteriormente, la ausencia de privacidad es su principal inconveniente, ya que cualquier persona puede acceder a los mensajes recibidos (Pareras, 1997).

Existen varios servidores que permiten obtener una cuenta de correo electrónico como Yahoo, Terra y T1MSN. Lo único que se necesita es estar conectado a la internet y a través de la página del servidor proporcionar algunos datos: la estructura de la dirección electrónica es `userid@domain`, donde la parte izquierda corresponde al nickname o apodo y la parte derecha al dominio separado por el signo de @, además de contraseña o password. El dominio de la dirección electrónica se estructura por bloques que van de lo general o alto nivel localizado más a la derecha y a medida que avanzamos a la izquierda aparecen datos de localización o bajo nivel (Ferreyra, 2000). Por ejemplo:

En la Tabla 2.1 se presentan los códigos de dominio de organización y país.

Tabla 2.1 Códigos de Dominio

Código	Organización	Código	Organización
.gov	Organización Gubernamental	.net	Network
.mil	Organización Militar	.com	Organización Comercial
.edu	Educación e investigación	.org	Otras organizaciones
.aq	Antártica	.is	Islandia
.ar	Argentina	.it	Italia
.at	Austria	.ip	Japón
.au	Australia	.kr	Corea
.be	Bélgica	.kw	Kuwait
.br	Brasil	.lu	Luxemburgo
.ca	Canadá	.lv	Latvia
.ch	Suiza	.mx	México
.cl	Chile	.my	Malasia
.cr	Costa Rica	.nt	Holanda
.cs	Checoslovaquia	.no	Noruega
.cy	Chipre	.nz	Nueva Zelanda
.de	Alemania	.pl	Polonia
.dk	Dinamarca	.pr	Puerto Rico
.ec	Ecuador	.pt	Portugal
.ee	Estonia	.ru	Rusia
.es	España	.se	Suecia
.fi	Finlandia	.sg	Singapur
.fr	Francia	.sk	Eslovaquia
.gl	Groelandia	.sl	Eslovenia
.gr	Grecia	.th	Tailandia
.hk	Hong Kong	.tn	Túnez
.hr	Croacia	.tr	Turquía
.hu	Hungría	.tw	Taiwán
.ie	Irlanda	.uk	Reino Unido
.il	Israel	.us	Estados Unidos
.in	India	.ve	Venezuela
		.za	Sudáfrica

Listas de distribución (Listserv)

Las listserv o listas de distribución son bases de información a las que los usuarios pueden acceder para obtener y recibir información especializada. Estas pueden ser de dos tipos:

1. Listas creadas por un solo autor, el cual puede o no moderar la información o mensajes publicados, también llamadas mailing list.
2. Son listas que no necesitan la intervención de nadie pues son manejadas por un programa de software, por lo que los mensajes dirigidos a la misma son enviados automáticamente a sus integrantes. Son las que propiamente se llamarían listserv.

Las listserv permiten el intercambio de información rápida y eficaz entre profesionales, manteniéndola al día; tiene una estructura de organización y control de los usuarios regulados de forma automática por un software que gestiona los trámites de suscripción; no requiere de un acceso completo a internet, pero si de la capacidad de envío de correo electrónico; son capaces de enviar la información en forma de revista lo que sintetiza la información, en un solo mensaje, de todos los usuarios (Pareras, 1997).

News Groups

Es una herramienta que permite, a cualquier usuario, participar en un debate público a escala mundial. Estos News Groups funcionan a través de USENET, una de las herramientas que más ha crecido a partir de la creación de la internet. En la actualidad se han desarrollado paquetes de software que optimizan el envío y recepción de artículos de

USENET. Estos funcionan de forma más compleja y controlada que los listservs a través de las normas de corrección o netiquette.

Los grupos se identifican por un nombre concreto del tema que abordan, también puede ser dividido en subtemas.

Dentro de los News Groups existen los moderados (**Moderated News Groups**), cuyos comentarios requieren ser revisados y aceptados por los revisores antes de su publicación siendo, por lo tanto, menos rápido y espontáneo. Su principal ventaja es que el intercambio de información es casi en tiempo real.

Internet Relay Chat (IRC)

A diferencia de las anteriores herramientas esta permite la comunicación en tiempo real entre varias personas y desde diferentes ordenadores, sin importar las distancias. Los grupos que utilizan este servicio se denominan Groupware (Pareras, 1997).

El IRC representa la herramienta más evolucionada de la UNIX. Es un sistema de multiconferencia en tiempo real a través de canales de conversación. Cada canal tiene su propio tema y cada usuario puede crear y manejar su propio canal y esperar que otros usuarios se le unan a través de la Internet (Pareras, 1997).

Podemos señalar que el IRC tiene la ventaja de ser accesible desde cualquier parte del mundo permitiendo conversaciones locales, regionales o internacionales por el precio de una llamada local, además, los usuarios crean y controlan sus canales de conversación privada evitando la intromisión e interferencia de usuarios no deseados (Pareras, 1997).

Cada usuario debe comportarse conforme a reglas establecidas dentro de la ventana del IRC, que sirven para manejar la interacción entre los sujetos: *Netiquette*.

Consisten en saludar al entrar, no escribir en mayúsculas (porque es considerado un insulto), no contestar e inundar el canal con texto y no utilizar lenguaje grosero (Garibay y Hoffer, citado en Patoni, 2003).

Otro aspecto importante del IRC es que la comunicación establecida en tiempo real también implica el lenguaje no verbal, expresado a través de *emoticonos*; son *caritas* que sirven para facilitar la comunicación, optimizarla y hacerlas menos aburrida (Patoni, 2003).

Por último el IRC ha desarrollado otras formas más completas de comunicación que los emoticonos no expresan. La videoconferencia permite la interacción visual, auditiva y verbal, sin importar la distancia, con la ayuda de la webcam (Patoni, 2003).

Buscadores (Browsers)

Cada sitio cuenta con sus propios servicios de búsqueda para poder localizar archivos en los diferentes servidores. Los más comunes son Yahoo, Megacrawler, Google, Altavista y Excite (Ferreya, 2000). En estos, el usuario proporciona una palabra clave y el buscador examina el contenido de cada archivo html, así como una lista de todo lo que contenga la palabra clave. En solo fracción de segundos los resultados de la búsqueda se publican en el servidor Web como documentos html. Algunas máquinas de búsqueda no restringen la búsqueda de documentos a su propio servidor sino que arrastran la Web, siguiendo automáticamente ligas de una página Web a otra y almacenan copias de los documentos a html; es decir, construyen una base de datos con copias de millones de páginas Web. Es por ello que al escribir una palabra clave en una de estas máquinas de búsqueda, esta, se realiza en todos los documentos de la base de datos retenidos en miles de diferentes servidores en la Internet (Patoni, 2003).

2.4 Internet en el Mundo y en México

El propósito de la red de redes, desde su creación hasta su apertura a nivel mundial fue permitir el acceso a la información sin importar el receptor, tal como lo planteaba McLuhan en la aldea global. Sin embargo, contrariamente a esta concepción, Castells (2000) expone que "aunque los medios de comunicación están interconectados a escala global y mensajes circulan a nivel global, no estamos viviendo en una aldea global, sino en chalecitos individuales, producidos a escala global y distribuidos localmente" (p. 374).

Es innegable que la internet tiene una arquitectura que se caracteriza por su penetración, descentralización multilateral y flexibilidad que permite el acceso a gran parte de la población mundial (Castells, 2000). Pero no se pueden hacer afirmaciones sobre las estimaciones y mucho menos que el número de conexiones sea el uso real de este medio, pues existen muchos usuarios no cuantificables como los ilegales o piratas, además de los no registrados (Patoni, 2003).

A continuación se resumen en la Tabla 2.2 las cifras de usuarios de la Internet por regiones, en relación a la población mundial total (<http://www.exitoexportador.com>). Estas cifras fueron comparadas con la UIT, Unión Internacional de Telecomunicaciones, actualizadas el 31 de enero del 2004.

Cabe señalar que el crecimiento de usuarios de la Internet fue del 99.6% mundial, durante el periodo del 2000 al 2004. Dando como resultado que solo el 11.1% de la población mundial total tenga acceso, y la mayoría se encuentra en Estados Unidos (véase Tabla 2.3).

Tabla 2.2 Usuarios de Internet y población por regiones.

Regiones	Población (2004 est.)	Usuarios (año 2000)	Usuarios dato más reciente	Crecimiento (2000-2004) %	Población (%)	Usuarios (%)
África	905,954,600	4,514,400	10,075,200	123.2	1.1	1.4
Asia	3,654,644,200	114,303,000	226,866,057	98.5	6.2	31.7
Europa	728,857,380	100,993,993	203,175,074	101.2	27.9	28.4
Medio Oriente	259,166,000	5,272,300	14,472,500	174.5	5.6	2.0
Norte América	326,695,500	108,096,800	203,386,578	88.2	62.3	28.4
Latinoamérica Caribe	546,100,900	18,068,000	43,253,119	139.4	7.9	6.0
Oceania	31,892,487	7,619,500	15,156,228	98.9	47.5	2.1
Total mundial	6,453,311,067	358,867,993	716,384,756	99.6	11.1	100.0

Notas. Las estadísticas de la Internet fueron actualizadas el 31 de enero del 2004. Recuperado el 2 de marzo del 2004, de <http://www.exitoexportador.com>.

Tabla 2.3 Los 10 países líderes en la Internet.

País o Región	Usuarios dato más reciente	Población (2004 Est.)	% Población (Penetración)	(%) de Usuarios
Estados Unidos	186,494,767	294,540,100	63.2	26.0
China	79,500,000	1,327,976,227	6.0	11.1
Japón	57,200,000	127,944,200	44.7	8.0
Alemania	44,842,759	82,633,200	54.3	6.3
Reino Unido	34,765,774	59,157,400	58.8	4.9
Corea del sur	26,270,000	47,135,500	55.7	3.7
Francia	22,199,080	59,494,800	37.3	3.1
Italia	19,900,000	56,153,700	35.4	2.8
Canadá	16,841,811	32,026,600	52.6	2.4
India	16,580,000	1,088,056,200	1.5	2.3
Los diez países líderes	504,594,191	3,175,117,927	15.9	70.4
Resto del Mundo	211,790,565	3,278,193,140	6.5	29.6
Total Mundial de usuarios	716,384,756	6,453,311,067	11.1	100.0

Notas. Las estadísticas de la Internet fueron actualizadas el 31 de enero del 2004. Recuperado el 2 de marzo del 2004, de <http://www.exitoexportador.com>

De los usuarios en América podemos decir que, aunque la mayoría se encuentra en Estados Unidos, el mayor crecimiento de usuarios del periodo 2000 al 2003 se dio en América Central (véase Tabla 2.4).

En México cada vez es mayor el uso de la internet pues las cifras se han duplicado (periodo 2000-2003), sin embargo, continúan siendo menores a las de Estados Unidos y Canadá (véase Tabla 2.5).

Tabla 2.4 Usuarios en América.

Regiones	Población Actual (2003)	Usuarios (año 2000)	Usuarios dato más reciente	Crecimiento (2000-2003)	% Población (Penetración)	(%) Tabla
América Central	40,182,800	505,000	1,316,000	160.6	3.3	0.6
Norte América	42,481,000	110,784,200	201,380,066	81.8	47.4	86.5
Sur América	359,595,300	14,292,100	28,075,767	96.4	7.8	12.3
El Caribe	40,195,300	583,500	1,440,500	146.9	3.6	0.6
Total América	864,854,400	126,164,800	232,212,333	84.1	26.8	100.0

Notas. Las estadísticas de la Internet fueron actualizadas el 31 de enero del 2004. Recuperado el 2 de marzo del 2004, de <http://www.exitosexportador.com/>

Tabla 2.5 Usuarios de la Internet en América del norte.

Regiones	Población Actual (2003)	Usuarios (año 2000)	Usuarios dato más reciente	Crecimiento (2000-2003)	% Población (Penetración)	(%) Tabla
Canadá	31,720,400	12,700,000	16,841,811	32.6	53.1	8.4
Estados Unidos	291,639,900	93,354,000	179,854,855	88.6	61.7	89.3
Groelandia	56,500	17,800	20,000	12.4	35.4	0.0
México	101,457,200	2,712,400	4,663,400	71.9	4.6	2.3
St. Pierre & Miquel.	7,000	-	-	-	-	0.0
Total Norte América	424,874,000	110,784,200	201,380,066	81.8	47.4	100

Notas. Las estadísticas de la Internet fueron actualizadas el 31 de enero del 2004. Recuperado el 2 de marzo del 2004, de http://www.exitosexportador.com

A pesar de que las cifras se duplican exponencialmente, existen muchos países que presentan un rezago en todas las esferas sociales, por lo que se hace más evidente la brecha entre los que se suman a la internet como eje de la sociedad de la información y los que no pueden ser partícipes de estos avances tecnológicos (García, 2003, citado en Patoni, 2003). Como señala Castells (2000) probablemente sea un medio incapaz de alcanzar a grandes segmentos de masas incultas y países pobres.

Capítulo 3

Reflexiones sobre el avance

tecnológico de la Internet en la Era Posmoderna

Pantallas nos informan; pantallas nos ponen en contacto con el mundo; pantallas nos vigilan; pantallas formulan nuestros deseos y extienden nuestros sentidos; pantallas registran, reproducen, producen, crean; pantallas nos sitian; pantallas trazan señas de nuestra identidad subjetiva y nuestro inconsciente colectivo; pantallas dan cuenta de nuestra felicidad y nuestra desesperación...

Eduardo Subirats, Culturas Virtuales, 2001.

La Internet, como *mass media*, nos pone ante la alternativa de un nuevo contexto, más complejo; la conducta y la interacción con otros en condiciones tales no se pueden nombrar directa o cara a cara respecto al espacio y el tiempo, pues una de las constantes en investigación es que la conducta siempre tiene que ver con el contexto en que se desarrolla.

Al final del siglo XX y principios del XXI, la tecnología se ha encargado de avasallar a los sujetos, avanzando tan deprisa y superando con creces la capacidad de resistencia, como si el progreso fuera sinónimo de rapidez y olvido.

Hablar de los avances tecnológicos, en especial la creación y consecución de la Internet, requiere de un análisis desde diferentes perspectivas, entre ellas la psicológica, la sociológica, la antropológica y otras áreas de interés e investigación, en donde se han presentado ensayos de autores como Subirats, Sartori, Eco, Cebrián, Rheingold, Castells por mencionar algunos.

Los puntos de vista de diferentes autores y campos de estudio nos permiten reflexionar sobre aspectos importantes a raíz de la apertura de la Internet en 1993, incluyendo su invención y desarrollo en la era contemporánea como proyecto militar. Lo anterior nos remite a una nueva sociedad, la Sociedad de la Información, o en su caso la Sociedad de la Comunicación. Subirats (2001) menciona que los sistemas de comunicación e información electrónica, constituyen una dimensión nueva y diferente, además de que median las formas de percepción de la realidad y de interacción comunicativa. Afirmando que no solo se trata del empobrecimiento de la experiencia humana o de la desrealización de los sujetos, sino de la sustitución de las técnicas y estéticas de producción de la realidad. Significa esto, ¿la transformación entera de la constitución del ser humano? Este autor sigue afirmando que esta transformación es sobre las tareas de apercpción, experiencia e interpretación de la realidad y además son suplantadas por la producción técnica masiva de la realidad misma. Una realidad masiva: realidad virtual.

Adentrados en esta nueva realidad llamada virtual, encontramos que esta se caracteriza por el desplazamiento y neutralización de la experiencia real de forma individual, suplantada por la producción técnica de los mensajes (Subirats, 2001). Es definida como "un medio compuesto por simulaciones de computadoras interactivas que reaccionan a la posición y acciones del usuario y producen retroalimentación en uno o más sentidos, generando la sensación de estar inmerso o presente en una simulación" (Sherman, citado por Ramos, 2003, en el suplemento enter@te de la gaceta UNAM, p. 5-7). Consecuentemente se ha creado una realidad subalterna, rica en fantasías y símbolos delirantes llamada Ciberespacio, definido como "una dimensión espacial enteramente

nueva, creada por la cibernética, una dimensión en la que podemos tener vida" (Graham, 1999, p. 34).

La internet y específicamente el ciberespacio es un medio que se encuentra en constante desarrollo, en la búsqueda de nuevas vinculaciones con otros, eliminando las fronteras de la distancia e incluso igualándose con la complejidad característica del ser humano, y sus procesos biopsicosociales. Se trata de una "telepresencia mediante la cual podemos viajar, tener sexo, leer, escribir, escuchar, sentir, emocionamos, participar. Y próximamente podremos oler, tener sensaciones táctiles, convertir nuestro cuerpo en una extensión bio-electrónica, cual cyborg de la *Matriz*" (Palacios, 2000, p. 11).

La creación de la internet además de asentar una nueva realidad de convivencia con otros congéneres, implica adaptarse a las características de ese nuevo ambiente y para lograrlo es necesario poseer un mínimo de saber cotidiano que consiste en la suma de los conocimientos que todo sujeto debe interiorizar para poder existir. Dichos conocimientos adquiridos pueden basarse en la experiencia personal directa o ser transmitidos por los agentes socializantes (Heller, 1977), en este caso la internet.

Cada cambio en el ser humano refleja históricamente ciertas repercusiones o consecuencias que no podemos dejar de ver o pasar por alto. El contenido y la extensión de los conocimientos sufren modificaciones, dependiendo de la época y el estrato social. El conocimiento que necesitaba un hombre en la edad media, no es el mismo que en la actualidad.

Lo anterior se puede explicar de hechos tangibles y de análisis como el de Palacios (2000) que afirma que la Internet se instaló en la cultura, sobretudo la urbana, la de las grandes ciudades, como un nuevo medio de comunicación. Porque representa, una nueva

evolución del lenguaje gracias al hipertexto; el intercambio de mensajes se hace de cierta forma y no de otra, sin dejar de lado el idioma, alfabeto, sintaxis, gramática y semántica, dentro del ciberespacio.

Por otro lado, el análisis desde el punto de vista de la información implica no solo el intercambio sino también la acumulación de esta, la velocidad de transferencia y protocolos que hacen eficiente este proceso (Palacios, 2000). Hoy en día se puede conseguir y bajar cualquier tipo de información. A pesar de estas facilidades Sartori (2002) señala que se está perdiendo la lógica lineal; "en la pedagogía del hipertexto el niño se convierte en autor-creador que se mete como quiere y haciendo lo que quiere" (p.195). Puede cortar o pegar los documentos, cambiar el formato, leer de abajo hacia arriba sin un orden en especial, sin entender al antes y después de los textos.

3.1 Posmodernismo: la era del vacío o era del consumo

Es importante mencionar que existen dos contextos que hay que interpretar. El primero denominado posmodernismo, que corresponde a un momento histórico determinado, Lipovestky (2003) lo llama *La Era del Vacío*. El segundo se refiere a lo que ocurre en el *Ciberespacio*, en el que interactúan hombres y mujeres para formar grupos homogéneos en una gran masa heterogénea, que busca su sentido y su propia lógica para relacionarse (Wallace, 2001).

La era del vacío, cuya bandera es el consumo, propone que la patología del sujeto ha cambiado a partir de las nuevas situaciones económicas, políticas y sociales. En donde el hombre posmoderno *socializa desocializando*, tal como propone Lipovestky (2003). Guinsberg (2001) agrega que el hombre actual aislado de otros, busca la interacción fría

dentro del ciberespacio e irónicamente anhela nuevas expresiones más calurosas y emocionales, que se quedan en la superficialidad y maquinización de los afectos.

En la era del vacío se desarrolla y construye una nueva subjetividad ligada a los nuevos valores del mercadeo. La Internet ha sido marcada por tres condiciones presentes en el último cuarto del siglo XX: a) La necesidad de una economía flexible; global respecto a la producción y el comercio. b) La necesidad de una sociedad con libertad individual y comunicación abierta. c) Los avances tecnológicos sobre la base de experimentos en informática y telecomunicaciones. Bajo estas nuevas condiciones se instaurará una nueva sociedad: la Sociedad Red, que se adapta y evoluciona por la acción humana en concordancia con condiciones específicas de una historia diferencial (Castells, 2001).

Sin embargo, ¿qué podemos decir sobre la adaptación y evolución que gira alrededor de la Internet y, específicamente de la forma de relacionarnos unos con otros? Sartori (2002) menciona que en la escala de la evolución el *Homo sapiens* es suplantado por el *Homo videns*. Caracterizado por un lenguaje perceptivo (concreto) al contrario de un lenguaje conceptual y abstracto. Nulificado, este último, por la modificación de la naturaleza misma de la comunicación; en donde la palabra ya no es la que contextualiza, la imagen es la que anula y atrofia la abstracción o la capacidad de entender y empobrece la riqueza de significado o connotativa. Cambian las interacciones más cercanas, la Internet transfiere y transforma las interacciones entre personas lejanas.

Mucho se ha dicho que esta nueva fase de la historia esta marcada por el individualismo occidental, en el cual se genera una nueva forma de control de la conducta y desestabilización acelerada de la personalidad para constituir una sociedad flexible basada en la información, estimulación, creación y obtención de necesidades, nuevos

valores, legitimación del placer o hedonismo; en suma, una sociedad posmoderna en la que predomina la indiferencia de masa.

El mundo del consumo, sin duda invita a la seducción de productos, imágenes y servicios a través de los mass media. La personalidad se desubstancializa en el consumo de la propia existencia, en la elección de pertenecer a grupos con seres idénticos, que terminan en la expresión solo para sí mismos. Siguiendo las palabras de Lipovestky (2003) el abandono de lo social es compensado en el deseo, el placer y la comunicación como valores y lo psi; es la personalización que puede obtenerse a través del consumo.

En lo que concierne a la Internet, no solo es encontrar una red por cable, es también la presencia de radios libres, periódicos mundiales, programas de TV, videos musicales, participar interactivamente con otros en videojuegos. Esta autonomía posibilita, al individuo, tener libertad de tiempo elegida privadamente como expresa Lipovestsky (2003), más *Psi o psicologizado*.

Esta psicologización de conductas lleva al individuo a observarse integralmente en la salud, seguridad y racionalidad, conjugadas en un nuevo tipo de control social liberado de los procesos de *masificación-reificación-represión*. El resultado final es un tipo de aislamiento suave de liberación personal e individual, y la deserción social como una nueva socialización flexible, basada en una nueva economía. Como resultado final tenemos un círculo tal vez creciente de escasez de motivación, denominada anemia social (de Riesman, citado por Lipovestky, 2003). Lipovetsky expresa que "el hombre indiferente no se aferra a nada, no tiene certezas absolutas, nada le sorprende y su opiniones son susceptibles de modificaciones rápidas para alcanzar un grado tal de socialización" (p.44), por lo que hay un despliegue de *toneladas de información*.

3.2 Tercera Fase del conocimiento

De acuerdo con Simone (2001) se está atravesando por una Tercera Fase de la historia, "del modo en que se forman los conocimientos de la especie humana y se alimenta el patrimonio de su saber" (p. 9). El saber lo define como "todas las formas de que disponemos y que usamos en la vida cotidiana espontáneamente"(p. 9).

En la antigüedad los conocimientos se transmitían de boca en boca, y corrían el riesgo de perderse o deformarse ya que tan solo tenían el soporte de la memoria individual y colectiva.

La Primera Fase concuerda con la aparición de la escritura, el gran invento permitió plasmar con signos lo que antes únicamente se registraba en la mente.

La Segunda Fase hizo su aparición veinte siglos después con la invención de la imprenta, los textos antes irreproducibles por su costo tan alto se volvieron bienes al alcance de las mayorías, convirtiendo a los libros en un símbolo del conocimiento y cultura que permanece hasta la actualidad. La imprenta permitió la transición de un público de oyentes (tradicción oral) a un público de lectores.

Simone (2001) señala que la tercera fase del conocimiento comienza en los últimos dos décadas del siglo XX, como consecuencia de la aparición de la televisión y el ordenador. En el que existe un cambio radical en los modelos de Inteligencia, el conocimiento que antes se adquiría por medio de los libros y la escritura -es decir a través del ojo y la visión alfabética denominada inteligencia secuencial-, ahora se adquiere a través de la escucha, el oído y la visión no alfabética -modalidad específica del ojo o mejor conocida como Inteligencia simultánea-. La adquisición de los conocimientos tiene una nueva modalidad donde se sustituye la linealidad por la simultaneidad de los estímulos y

de la elaboración. "El ejercicio de la visión alfabética no sólo es más avanzado sino que también exige más esfuerzo y supone más cansancio respecto al del oído y al de la visión no alfabética" (Simone, 2001, p. 43).

En la sociedad de la tercera fase el volumen, la circulación y difusión de los conocimientos es mayor, aunque no garantiza su disponibilidad y accesibilidad; es indispensable superar la barrera del software cada vez más complejo. Se genera la necesidad de aprender previamente reglas, instrucciones y procedimientos que nos dicen los pasos que hay que dar para llegar a saber o hacer una determinada tarea (Simone, 2001).

La especialización del conocimiento no permite la accesibilidad, se necesita acudir o lugares especializados para aprender; al contrario de lo que sucedía en la sociedad tradicional donde el conocimiento se transmitía a través de la conversación o el intercambio verbal.

La adquisición de conocimientos también ha sufrido modificaciones. Según Simone (2001) "los últimos años han estado caracterizados por una gradual pérdida de la afición por la lectura y paralelamente por un aumento del consumo televisivo, de productos de video y en general de imágenes, y por el increíble aumento de las tipologías de productos visuales" (p. 91). Concluyentemente "más información no significa muchas veces otra cosa que mayor confusión" (Cebrian, 2000, p. 97).

3.3 Educación

La incorporación de la Internet a la educación, sigue siendo un tema de discusión. Desde la perspectiva del determinismo tecnológico únicamente se necesitarían los

equipos de cómputo (hardware), programas especializados (software) y una conexión de internet, para gozar de los múltiples beneficios que proporcionan las Nuevas Tecnologías de la Información y Comunicación (NTIC). Este punto de vista se encuentra alejado de la realidad; la brecha digital divide a la población entre los que tienen acceso a la NTIC como parte de su vida diaria, en contraste con los que no cuentan con el equipo o, si lo tienen, no saben utilizarlo.

La idealización de una sociedad que cuente con las NTIC y que automáticamente se beneficie, se ve frustrada por la falta de infraestructura, es decir, electricidad, línea telefónica, equipos de cómputo (hardware), programas especializados (software), maestros capacitados en la enseñanza, entre otros elementos. La brecha digital se hace más evidente en nuestros días, la inequidad existente entre países, comunidades y personas va de la mano de la desigualdad económica y social. Los *analfabetas informáticos* crecen a la par de las NTIC.

Si bien el vértigo tecnológico ayuda a las labores de la vida cotidiana, en materia de cómputo y tecnología todo cambia constantemente, la palabra *nuevo* se asocia estrechamente con la capacidad de compra de los usuarios. En cuanto se instala el equipo de cómputo se vuelve obsoleto e insuficiente para las necesidades de un amplio mercado. Según Díaz (1996) "lo último es siempre más perfecto y mejor que lo anterior" (p. 47).

El marketing comercial sugiere al usuario el reemplazo inmediato de los equipos, crea la *necesidad de consumo* y la *saturación tecnológica* en la búsqueda del producto de nueva generación.

En lo que se refiere a la infraestructura, es importante señalar el requerimiento de personal técnico, ingenieros así como especialistas en general en el mantenimiento,

reparación, investigación y elaboración de equipos de cómputo, que parecieran insuficientes, debido a su gran demanda.

La construcción de la informática social pretende descentralizar las NTIC y llevarlas a las comunidades con la infraestructura necesaria, tomando en cuenta las necesidades específicas de cada región.

3.3.1 Educación a distancia (e- learning)

La *educación a distancia* (e-learning) y las universidades Web ha sido en los últimos años un método de enseñanza atractivo, por la comodidad y ahorro que le proporcionan al estudiante. La flexibilidad y horario que le dan al alumno, permite la asistencia al aula virtual, ya sea por videoconferencia o teleconferencia, cuando tenga tiempo y disposición de aprender, evaluar los progresos de cada estudiante, entregar tareas y reportes dándole retroalimentación inmediata (García, 2000). E Incluso presentar exámenes profesionales o de posgrado a través de la videoconferencia, como es el caso del primer posgraduado de la UNAM, (Gaceta UNAM 7 de junio del 2004).

Al e-learning se le define como "el conjunto de estudios remotos, ya sea usando aulas virtuales, video conferencias, chats o mensajeros instantáneos, e incluso, teléfono tradicional y correo electrónico" (Acosta, 2003, B-10).

Algunos autores se refieren a los e-books (libros electrónicos) como los libros del futuro por las ventajas que ofrecen:

1. Almacenamiento en un menor espacio.
2. Nunca se agotan.
3. Evitan el uso excesivo de papel.

4. No se pueden mutilar, a menos que se rayen.

Si bien este tipo de enseñanza tiene ciertas ventajas, como no copiar las tareas o exámenes, también significa una nula convivencia con compañeros y en lo referente a la práctica de habilidades sociales en la vida cotidiana, que sí aporta la escuela tradicional.

En lo que respecta a los maestros de 24 horas que ofrecen algunas compañías de internet, se pueden predecir posibles repercusiones sobre las relaciones interpersonales. Las asesorías que brindaban los hermanos o compañeros de clase se sustituyen. Empleando estas nuevas técnicas de estudio se reduce considerablemente la comunicación y el desarrollo de las habilidades sociales, porque se limita o nulifica el reforzamiento social que pueden dar los otros.

3.4 Trabajo

La creciente preocupación y el temor al desempleo, que causa la sustitución del hombre por la máquina parece más tangible en la actualidad. La adopción de innovaciones tecnológicas provoca una significativa problemática en el aspecto laboral, la disminución de recursos humanos y el consiguiente temor al desempleo mantiene en tensión a los sujetos. Además exige la continua profesionalización y actualización del conocimiento como el aprendizaje del inglés, idioma universal de los programas especializados. Mañón (2002) explica:

El avance tecnológico es entendido como sustitución de personal por un software, y la modernización empresarial, significa la reducción del personal. Correspondientemente, la productividad, así como la cotización de los valores de una empresa, aumentan siempre cuando hay despido de personal (p. 538).

La realización del trabajo desde el hogar, por medio de la conexión a la internet (Teletrabajo), identifica dos posiciones. La que apoya al teletrabajo, porque permite la flexibilidad de horarios, la optimización del tiempo y menor presión ambiental. En contraste, la que manifiesta una aparente libertad laboral, restringida por la posibilidad de permanecer conectado durante las 24 horas del día, los 7 días de la semana, sin horario límite ya que se encuentran localizables si se requiere de ellos; alargando considerablemente la jornada laboral, reduciendo el tiempo libre. Además se propicia el aislamiento por la casi nula convivencia con los compañeros de trabajo. Se corre el riesgo de que desaparezca la separación entre trabajo y ocio (Cebrian, 2000).

3.5 Relaciones interpersonales: Comunidades Virtuales y Soledad

Instalados en el progreso, la calidad de vida se ve deteriorada, en las grandes urbes las personas viven en tensión durante gran parte del día, sin poder gozar del tiempo, ni darse la oportunidad de una conversación, de compartir la educación informal que proporcionan las relaciones interpersonales. Ahora prefieren usar los canales de conversación (chat), o mandar correos electrónicos (e-mail), en lugar de reunirse para platicar, discutir e intercambiar ideas. Si esto resulta cierto ¿qué podemos decir de las habilidades sociales, cuyo conjunto de conductas expresan, en el contexto interpersonal, los sentimientos, aptitudes, opiniones y derechos de un *modo adecuado* respetando a los demás y solucionando problemas específicos para minimizarlos y prevenirlos?

Las grandes ciudades como el Distrito Federal son atractivas ya que concentran los últimos productos culturales y económicos. La transformación cultural y social que se da

en esta urbe es más acelerada, pero también reúne a la mayoría de solitarios en compañía de miles de desconocidos.

La investigación realizada con personas que usan frecuentemente la internet, ha encontrado que esta se asocia a los males de nuestro tiempo: la depresión, el aumento de la soledad, la disminución de la comunicación familiar y de las relaciones sociales (Wallace, 2001).

Se ha comparado el uso desmedido de la Internet, con otras adicciones porque afecta el desarrollo del individuo en otras áreas (familiar, social y laboral), llegando incluso a relacionarse con los cuadros clínicos presentados en el DSM IV (Gwinell, 1999).

Sea cual fuere la definición de la sociedad en la que vivimos, de comunicación o de información, del vacío o del consumo, hay algo que no podemos perder de vista. Es el hecho de que nos enfrentamos a la llamada Cibercultura y las Comunidades Virtuales, que surgen por la necesidad de pertenencia en lo social, característica inherente del ser humano. Este nuevo medio de comunicación es abierto, global, no tiene definido claramente su destinatario, su población, objetivo, su receptor potencial, su interpretante. Se hace difícil hablar de comunicación dentro de la internet ya que "su propia sintaxis esta destinada a ser re-significada constantemente, de idioma en idioma, de alfabeto en alfabeto" (Palacios, 2000, p. 11).

Las comunidades virtuales se definen como grupos sociales que surgen en la red cuando suficientes personas mantienen una discusión pública, y el calor humano les permite formar redes de relaciones personales en el ciberespacio (Rheingold, 1994).

La internet, es una herramienta al alcance de muchos, en donde se puede participar, reflexionar, crear, inventar y finalmente poner en relación nuestro saber en

común. Aunque la transmisión de conocimientos e información también ha sufrido modificaciones, en lo que respecta al lenguaje: la comunicación que se establece por medio del chat o canal de conversación, tiene nuevos códigos y símbolos, los llamados emoticons (iconos de las emociones). Estos sirven para expresar estados de ánimo (enojo, alegría, tristeza etc.) simulando la conversación cara a cara, aunque tan solo se aproximan mínimamente a su riqueza. En este tipo de comunicación *sintetizada* existe un claro empobrecimiento del lenguaje.

A pesar de lo anterior, es importante insistir que se siguen desarrollando nuevas herramientas, menos limitadas y más "reales". La videoconferencia se asemeja más a lo que es una conversación cara a cara, porque incluye la visualización de con quien se está hablando y se realiza en tiempo real, se puede hacer un intercambio de todo tipo de información, como son archivos multimedia.

La internet ofrece ciertas ventajas para la comunicación. El anonimato es una de ellas; los sujetos que experimentan angustia o se sienten incómodos en situaciones sociales, (fobia social, timidez, inseguridad) prefieren establecer contactos por este medio, aunque en muchas ocasiones no queden satisfechos del todo y deseen la comunicación cara a cara o en 3-D (Tercera Dimensión).

Sartori (2002), en su libro *Homo Videns: la sociedad teledirigida*, nos propone un nuevo individuo que está a merced, pende y se sostiene de los medios de comunicación; las interacciones en la red son un pálido sustituto de las interacciones cara a cara, es decir, de las interacciones primarias. Intercambiarse mensajes mediante un ordenador nos deja siempre solos ante un teclado. Hay quienes afirman que "la Internet podría responder a la metáfora de una piel colectiva, de modo que conectarse con ella supone la

fantasmática de participar de un cuerpo imaginario global e inmaterial" (Romano, 2000, p. 6).

La incorporación de la tecnología al hogar, en este caso la internet, permite la realización de actividades como son las compras, el trabajo, la educación, el entretenimiento e incluso la participación en la democracia. Aunque dichas actividades se realizan sin la compañía de otros, "el cibernauta no sólo es un navegante, es además un navegante solitario" (Cebrían, 2000, p. 34).

Lipovetsky (2002) refuerza esta idea al expresar que "cuanto más la ciudad desarrolla posibilidades de encuentro, más solos se sienten los individuos; más libres, las relaciones se vuelven más emancipadas de las viejas sujeciones, más rara es la posibilidad de encontrar una relación intensa" (p.78), resultando al final la soledad, el vacío, la dificultad de sentir y tener una relación más afectiva.

Dirigidos por acontecimientos mass-mediatisados (por ejemplo, el relacionamos a través del chat, y no al simple hecho de utilizarlo), no nos permitimos permanecer con una emoción, cambiamos de inmediato a otra por una invasión sensoperceptual e información personalizada.

Los acontecimientos massmediatisados y el aislamiento llevan a suplir la socialización con otros de una forma más reservada, lo que explica el surgimiento de *relaciones anónimas con desconocidos*, "esta más a nuestro alcance un desconocido con el que hablamos a través de la Internet" (Sabato, 2002, p. 21). Se disminuye la pertenencia a grupos debido a la exclusión; los nuevos conocidos se ponen a disposición en el ciberespacio para ser localizados o por lo menos contactados, originando como consecuencia la obsesión, de muchos, por estar localizables; llegando incluso a

angustiarlos por no recibir bastantes llamadas o no ver llegar el correo electrónico (Dominique, 2000). Pertenecer a un grupo selecto significa rechazar a todo aquel que no forme parte de la misma identidad. Solo en apariencia se vuelven más sociables y más cooperativos (Lipovetsky, 2003).

No solo los cibernautas se apropian de una identidad compartida sino también de las computadoras. Para personificarlas, antropomorfizan a las máquinas; las dotan de características humanas, les dan *vida*. Muchos usuarios le otorgan personalidad y le bautizan con cierto nombre o apodo, le colocan adornos o protectores de pantalla que permiten identificar el género (masculino o femenino). Es muy frecuente que los usuarios hablen con sus computadoras, les acaricien y toquen para verificar su temperatura (fría o caliente) y les permitan un descanso cuando han sido utilizadas durante gran parte del día. Si pierden alguna información o existe algún contratiempo se les insulta o incluso se les golpea. Asimismo se han desarrollado enfermedades propias de las máquinas como los virus y gusanos que proliferan y se multiplican como cualquier infección. Según Gubern (2002), para algunos usuarios, "es un artefacto vivo con el que se dialoga y sobre el que se descargan los estallidos de mal humor" (p. 103).

Lo anterior resume cómo estamos interactuando en la actualidad, las relaciones corresponden a ciertos espacios o entornos en internet para constituir vecindarios o ciberbarrios y las personas con intereses comunes pueden compartir información, trabajar, conocerse, formarse impresiones, discutir de cualquier tema, ayudarse o simplemente pasar el rato. Uno de los tantos pasatiempos que tienen los sujetos es la navegación por la internet. "El internet es el hábitat natural de muchos millones que lo utilizan como laboratorio social donde experimentan con la construcción, deconstrucción, y

reconstrucción de su personalidad e identidad personal, sin optar definitivamente por ningún personaje o caracterización” (Mañon, 2002, p. 544).

En la sociedad actual muchos usuarios pasan más tiempo relacionándose con las pantallas y teclados de computadoras que con personas, lo que, por cierto implica un pésimo aprendizaje de la Inteligencia Emocional (Gubern, 2002), y por lo tanto de la práctica de las habilidades sociales.

La interacción dentro de la internet nos lleva a interpretar al otro como cálido o frío, sacando conclusiones no solo de su género, sino de su personalidad en general, aunque esto solo sea imaginario “nuestra inteligencia emocional puede ser alta en la vida real, [pero en internet] no se manifiesta con tanta claridad” (Wallace, 200, 35).

Si bien los entusiastas de las relaciones dentro de la internet, abogan por la seguridad que provee: no son susceptibles de Infecciones de Transmisión Sexual (ITS), gracias a que no existe contacto físico y mucho menos sexual, además de que no pueden decepcionarse “pues los correspondientes solo ofrecen su rostro favorable y se elimina todo lo que pudiera ser negativo, desde el mal aliento, el sudor y la menstruación, hasta el reparto conflictivo de las tareas domésticas” (Gubern, 2002, p. 148), aunque se olvidan de la importancia de las feromonas, “el más potente estímulo oloroso y erótico intraespecífico de todos los mamíferos” (Gubern, 2002, p. 149). Por último, en estas relaciones se evita el efecto negativo del racismo étnico, los estereotipos de género, la subjetividad de la belleza, la edad e incluso alguna enfermedad o discapacidad.

Ya hemos señalado que la internet es un medio frío e impersonal, no obstante para algunos sujetos es hiperpersonal. Estos entornos favorecen la proliferación de fantasías en lo relativo a la sexualidad, llamados netsex, virtual sex (Vsex), compusex, cybersex,

cybering, MOOsex, tinysex, cibersexo, sexo virtual, por mencionar algunos, y permiten al cibernauta provocar la mejor impresión para encontrar al mejor compañero o el mejor amante conforme a los gustos y exigencias de la diversidad sexual, aunque sea de forma virtual.

Los defensores de las relaciones cara a cara o 3-D argumentan, que generalmente los contactos que comienzan en el chat, continúan con la comunicación en privado por correo electrónico para culminar en un encuentro personal fuera de la red. Demostrándose así que la Internet tan solo es un instrumento transitorio para lograr relaciones más cálidas y afectuosas.

Son realmente pocos lo que terminan casándose y teniendo relaciones más íntimas, y aunque estas sigan proliferando, muchas terminan por las expectativas poco realistas o falsas al encontrarse cara a cara.

Algunos opinan que el *ciberligue* debería considerarse como un fenómeno de interacción social, porque consideran que es una forma de aprendizaje, desarrollo y exploración muy individualizada (Deuel, citado en Wallace, 2001). Graham (1999) menciona:

En internet se hacen nuevas amistades, y existen ya muchos ejemplos de profundas relaciones personales que han nacido allí, relaciones que han conducido a matrimonios entre gente que no se vieron el uno al otro hasta el momento de la boda (p. 33).

La sexualidad se ve complacida con prácticas que serían imposibles de realizar cara a cara por razones morales, sociales, legales y físicas. Se puede decir que las relaciones, en su mayoría, son frágiles por el exceso de idealización. A pesar de esto,

existe una minoría que han logrado relaciones sólidas y afectuosas fuera o dentro de la internet. Las investigaciones han encontrado que después de cierto tiempo las impresiones dentro de la internet son tan sólidas, como si se hubieran conocido cara a cara (Wallace, 2001).

En cuanto a las personas que se conocen cara a cara, este medio puede fomentar la comunicación a través del intercambio de correos, encontrarse en el chat, competir en algún juego o visitar algún sitio web: algunas parejas se sienten más unidas aunque geográficamente estén separadas, "se enriquece una relación sentimental existente" (Wallace, 2001, p. 197).

Para resumir hoy en día nos encontramos frente a grandes contradicciones en el proceso de personalización (Lipovetsky, 2003):

Cuanto más la sociedad se humaniza, más se extiende el sentimiento de anonimato; a mayor indulgencia y tolerancia, mayor es también la falta de confianza personal; cuantos más años se viven, mayor es el miedo a envejecer; cuanto menos se trabaja, menos se quiere trabajar; cuanto mayor es la libertad de costumbres, mayor es el sentimiento de vacío; cuanto más se institucionaliza la comunicación y el diálogo, más solos se sienten los individuos; cuanto mayor es el bienestar, mayor es la depresión" (p. 128).

Capítulo 4

Método

4.1 Problema.

Cada vez el uso de la Internet es más frecuente, y al mismo tiempo la población se ve más apegada a dicho medio de comunicación para poder relacionarse. Este fenómeno ha sido poco estudiado, por lo que se hace necesario describir el comportamiento de algunas variables asociadas al uso de la Internet, en particular las concernientes a las Habilidades Sociales; en este estudio se evaluará la Asertividad como sinónimo de estas.

4.2 Tipo de investigación

Se trata de una investigación descriptiva correlativa. En este tipo de investigación no existen hipótesis explícitas, salvo aquellas implícitas, de las relaciones entre las variables en estudio.

4.3 Objetivos

1. Determinar las propiedades psicométricas del Inventario de Asertividad de Gambrill y Richey para estudiantes universitarios. Estas propiedades serán la consistencia interna, la estructura factorial y las normas particulares para esta población.
2. Describir las variables relativas al uso de la Internet y a las Habilidades Sociales (Asertividad) por género.

3. Generar un modelo que explique las relaciones entre las variables concernientes al uso de la Internet y a las Habilidades Sociales (Asertividad).

4.4 Variables

Asertividad

Género

Edad

Horas de uso de la Internet. Dividida en diez categorías con los siguientes intervalos:

1. De 1 a 4 horas a la semana.
2. De 5 a 8 horas a la semana.
3. De 9 a 12 horas a la semana.
4. De 13 a 16 horas a la semana.
5. De 17 a 20 horas a la semana.
6. De 21 a 24 horas a la semana.
7. De 25 a 28 horas a la semana.
8. De 29 a 32 horas a la semana.
9. De 33 a 36 horas a la semana.
10. De 37 a 40 horas a la semana.

Servicios utilizados en Internet. Cuatro categorías (chat o canal de conversación, e-mail o correo electrónico, foros de discusión y grupos de trabajo interactivo).

Tipo de relación establecida por Internet. Cinco categorías (familiares, laborales, escolares, amistosas y de noviazgo).

Preferencia de relación. En dos categorías (relación cara a cara o por la Internet).

4.5 Instrumentos de medición

Uso de la Internet. Se diseñó un cuestionario sobre el uso de la Internet con base a la información teórica que responde a los objetivos de la investigación (véase Anexo B). Dicho cuestionario incluye los siguientes datos sociodemográficos: edad, género, escolaridad y escuela o facultad; así como, cuatro preguntas cerradas de opción múltiple que fueron validadas por cinco interjueces y dos pruebas piloto que se aplicaron a una muestra de 20 sujetos cada una (véase Anexo C y D).

Asertividad (Habilidades Sociales). Puntajes obtenidos en el Inventario de Asertividad de Gambrill y Richey (1975), estandarizado para la población de la Ciudad de México por Guerra en 1996. Este inventario obtuvo en el coeficiente Alfa de Cronbach 0.9247 y una consistencia interna de 0.9221, lo que indica que tiene una alta confiabilidad.

El inventario puede ser solicitado en la coordinación de Psicología Clínica ubicada en el Edificio C, con el Dr. Samuel Jurado Cárdenas.

4.6 Sujetos y Muestreo

La unidad de muestreo se definió como: estudiantes de licenciatura de la UNAM, campus Ciudad Universitaria en sistema escolarizado. Se diseñó una muestra proporcional estratificada por cuota de una sola etapa; los estratos elegidos fueron la facultad y el género. Se estableció, para la población total, una muestra de 1000 estudiantes, este tamaño de muestra permite en la determinación de proporciones una confiabilidad de 95% con un error del 3% y para la determinación de la media del

Inventario de Asertividad Gambрил y Richey (1975) una confiabilidad de 95% con un error de 1.6 puntos de la escala. La estratificación se desarrolló con base a la Agenda Estadística UNAM 2002.

Tabla 4.1 Representación de la población por estratos.

	Facultad o Escuela	Población (N)			Porcentajes De La Población (%)			Muestra (N)		
		Hombres	Mujeres	Total	Hombres (%)	Mujeres (%)	Total (%)	Hombres	Mujeres	Total
1	Contaduría y Administración	4496	6044	10540	43	57	15	64	86	150
2	Trabajo Social	483	1570	2053	24	76	3	7	23	30
3	Odontología	757	1856	2613	29	71	4	12	28	40
4	Ciencias Políticas y Sociales	2248	3420	5668	40	60	8	32	48	80
5	Ciencias	2484	1995	4479	55	45	7	39	31	70
6	Arquitectura	3410	1524	4934	69	31	7	48	22	70
7	Filosofía y Letras	2377	3834	6211	38	62	9	34	56	90
8	Ingeniería	6607	1642	8249	80	20	12	96	24	120
9	Derecho	3133	4564	7697	41	59	11	45	65	110
10	Medicina	1851	3170	5021	37	63	7	26	44	70
11	Química	2007	2175	4182	48	52	6	29	31	60
12	Economía	1876	928	2804	67	33	4	27	13	40
13	Veterinaria y Zootecnia	1071	1197	2268	47	53	3	14	16	30
14	Psicología	479	1905	2384	20	80	4	8	32	40
	Total	33279	35824	69103			100	481	519	1000

4.7 Procedimiento

1. Se acudió a cada una de las facultades del campus de Ciudad Universitaria, para aplicar el Cuestionario de Uso de la Internet y el Inventario de Asertividad de Gambrill y Richey.

2. Al aplicar ambos instrumentos, se verificó que los sujetos fueran alumnos del sistema escolarizado y usarán la internet. Además se obtuvo la edad, género, ocupación, licenciatura y escuela o facultad a la que pertenecían.

a. A los sujetos que accedieron a contestar ambos instrumentos de medición se les explicó que era importante que fueran honestos con sus respuestas pues se trataba de una investigación.

b. La aplicación fue individual, y colectiva en algunas ocasiones. En la aplicación individual se indicó al estudiante que leyera con atención las instrucciones, y en la colectiva el aplicador leyó las instrucciones al grupo. En ambos casos se resolvieron las dudas con respuestas neutras, es decir sin influenciarlas.

c. Cuando los sujetos terminaron de contestar se les agradeció su participación. A los interesados en los resultados se les ofreció retroalimentación por medio de un correo electrónico, para asegurar confidencialidad y anonimato.

3. Al obtener el total de las aplicaciones se capturaron los resultados en una base de datos, que fueron analizados en el programa SPSS (Versión 9.0).

4. El procedimiento de análisis contempló las siguientes etapas:

a. Análisis psicométrico de la escala. Se determinó la estructura factorial resultante de la aplicación del Inventario de Asertividad de Gambrill y Richey

(1975), se utilizó el análisis factorial por el método de componentes principales con rotación varimax. Se calculó la consistencia interna de los factores obtenidos por medio del coeficiente alfa de Cronbach.

b. Se determinaron puntos de corte para la especificación de distintos grupos de estudiantes de acuerdo a sus puntuaciones en el inventario y se comparó esa estructura con la obtenida en EUA por Gambrill y Richey (1975).

c. Se desarrolló un modelo a través del Análisis Estructural de Covarianza, también llamado Modelamiento de Ecuaciones Estructurales o Relaciones Estructurales Lineales (Kerlinger y Howard, 2002), descrito en el siguiente procedimiento: se calcularon todos los modelos de regresión múltiple posibles, al emplear cada una de las variables como dependientes y las restantes como independientes. Posteriormente estas relaciones se ajustaron a un modelo lineal en el que se empleó las herramientas para modelos de ecuaciones estructurales incorporadas en AMOS 3.6 (Analysis of Moment Structures) publicado por SmallWaters Corporation (Arbuckle, 1995).

Capítulo 5

Resultados

A partir de los datos obtenidos, se realizó el análisis estadístico contemplando

1. Análisis descriptivo de la distribución y comparación por género (horas de uso de la Internet, así como de los servicios utilizados, las relaciones establecidas y la facilidad para establecer relaciones cara a cara o por la internet).
2. Análisis psicométrico, estructura factorial y consistencia interna del Inventario de Asertividad de Gambrill y Richey (1975) en su versión en español.
3. Resultados de la aplicación del inventario según el análisis psicométrico de la estructura factorial.
4. Representación del Modelo a través del Análisis Estructural de Covarianza.

5.1 Análisis descriptivo

Distribución por género y edad. En la Tabla 5.1 se presenta la distribución de la muestra, por género y edad, con los estudiantes universitarios que contestaron el Cuestionario de Uso de la Internet y el Inventario de Asertividad de Gambrill y Richey (1975).

Tabla 5.1 Estudiantes universitarios que participaron por género y edad.

Edad	Femenino	Porcentaje (%)	Masculino	Porcentaje (%)	Total	Porcentaje (%)
17	17	3.28	5	1.04	22	2.20
18	65	12.52	37	7.69	102	10.20
19	104	20.04	82	17.05	186	18.60
20	134	25.82	128	26.61	262	26.20
21	86	16.57	80	16.63	166	16.60
22	53	10.21	53	11.02	106	10.60
23	31	5.97	33	6.86	64	6.40
24	11	2.12	22	4.57	33	3.30
25	8	1.54	13	2.70	21	2.10
26	1	0.19	8	1.66	9	0.90
27	4	0.77	4	0.83	8	0.80
28	1	0.19	6	1.25	7	0.70
29	0	0.00	3	0.62	3	0.30
30	3	0.58	3	0.62	6	0.60
31	0	0.00	1	0.21	1	0.10
32	1	0.19	3	0.62	4	0.40
Total	519	100	481	100	1000	100

El 61.4% de los sujetos participantes oscilaron entre los 19 y 21 años; el promedio en ambos géneros fue de 20 años. En la distribución por género y edad, se observó que existe una mayor proporción del género femenino en los 17 y 18 años en comparación al género masculino y conforme avanza la distribución por edad el género masculino se encuentra arriba del femenino, sin embargo las diferencias no son significativas, aunque en la edad de 29 y 31 años no hubo participantes del género femenino (véase Figura 5.1).

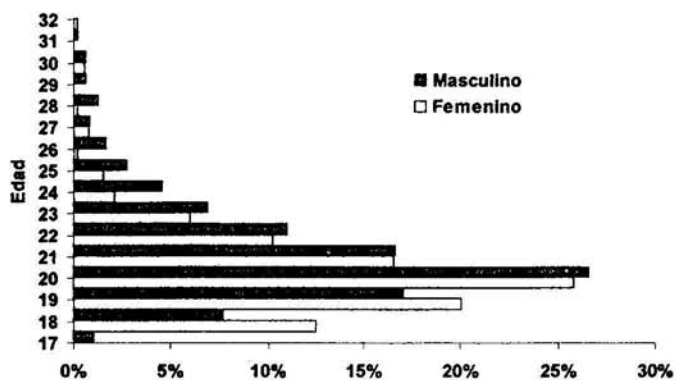


Figura 5.1 Estudiantes universitarios que participaron por género y edad.

Distribución de horas de uso de la internet por semana y género. La distribución de horas de uso de la internet por género se muestra en la Tabla 5.2.

Tabla 5.2 Horas de uso de la Internet por semana y género.

Horas/semana	Femenino	Porcentaje (%)	Masculino	Porcentaje (%)	Total	Porcentaje (%)
De 1 a 4	261	50.29	177	36.80	438	43.80
De 5 a 8	122	23.51	112	23.28	234	23.42
De 9 a 12	61	11.75	77	16.01	138	13.81
De 13 a 16	34	6.55	37	7.69	71	7.11
De 17 a 20	20	3.85	29	6.03	49	4.90
De 21 a 24	7	1.35	17	3.53	24	2.40
De 25 a 28	5	0.96	10	2.08	15	1.50
De 29 a 32	3	0.58	3	0.62	6	0.60
De 33 a 36	3	0.58	3	0.62	6	0.60
De 37 a 40	3	0.58	16	3.33	19	1.90
Total	519	100	481	100	1000	100

En la comparación por géneros se encontró que la mayor parte usa la Internet de 1 a 8 horas a la semana. El género femenino utiliza más la Internet de 1 a 4 horas a la semana, aunque en la categoría de 5 a 8 horas es muy parecida para ambos géneros. El género masculino predomina a partir de la categoría de 9 a 12 horas hasta la de 33 a 36 horas, y el género femenino es mayor de 37 a 40 horas (véase Figura 5.2).

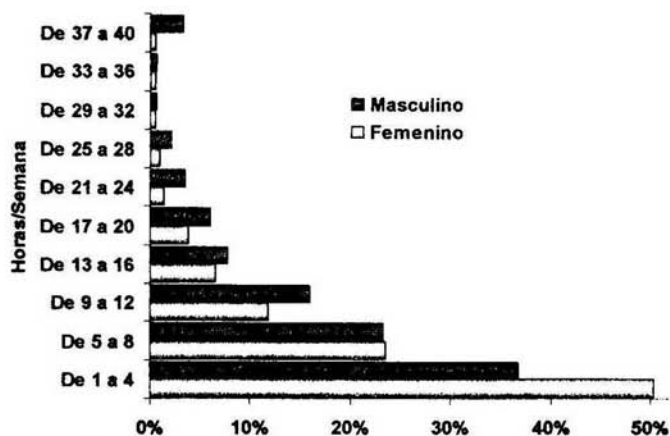


Figura 5.2 Horas de uso de la Internet por semana y género.

Servicios utilizados de la Internet. En la Tabla 5.3 se encuentra la comparación por género de los servicios utilizados.

Tabla 5.3 Servicios de la Internet utilizados por género.

Servicio	Femenino	Porcentaje (%)	Masculino	Porcentaje (%)	Total	Porcentaje (%)
Chat	147	20.05	144	21.1	291	20.5
E-Mail	496	67.67	448	65.5	944	66.6
Grupos de Trabajo	68	9.28	57	8.3	125	8.8
Foros de Discusión	22	3.00	35	5.1	57	4.0
Total	733	100	684	100	1417	100

En la comparación de los servicios utilizados en la Internet por género no se encontraron diferencias significativas. Con respecto a la población total, el orden de uso de los servicios de mayor a menor, primero se encuentra el e-mail seguido del chat y los

grupos de trabajo, para terminar con los foros de discusión como el menos utilizado por ambos géneros (véase Figura 5.3).

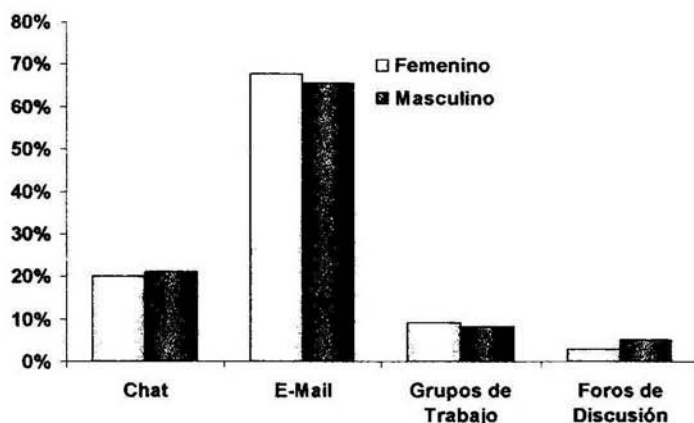


Figura 5.3 Servicios de la Internet utilizados por género.

Relaciones establecidas. La Tabla 5.4 muestran las relaciones familiares, laborales, escolares, amistosas y de noviazgo establecidas en la Internet por género.

Tabla 5.4 Relaciones establecidas en la Internet por género.

Relación	Femenino	Porcentaje (%)	Masculino	Porcentaje (%)	Total	Porcentaje (%)
Familiares	141	12.51	141	13.19	282	12.84
Laborales	89	7.90	132	12.35	221	10.06
Escolares	442	39.22	391	36.58	833	37.93
Amistosas	410	36.38	360	33.68	770	35.06
Noviazgos	45	3.99	45	4.21	90	4.10
Total	1127	100	1069	100	2196	100

Por tratarse de una población universitaria, se encontró que las relaciones escolares y amistosas tienen mayor predominancia, sobre las familiares, laborales y noviazgos. Existen algunas diferencias de género; el femenino establece más relaciones escolares y amistosas, aunque es más frecuente que el masculino que labora tenga más relaciones en su ambiente de trabajo. Las relaciones de noviazgo y familiares van a la par (véase Figura 5.4).

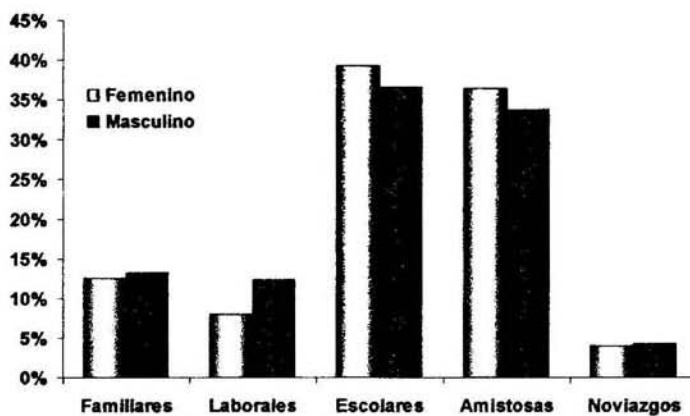


Figura 5.4 Relaciones Establecidas en la Internet por género.

Relaciones establecidas con mayor facilidad (cara a cara o por la internet). La Tabla 5.5 presenta la comparación por género y la relación establecida con mayor facilidad.

Tabla 5.5 Relaciones establecidas con mayor facilidad (cara a cara/ internet) por género.

Relación	Femenino	Porcentaje (%)	Masculino	Porcentaje (%)	Total	Porcentaje (%)
Cara a Cara	442	85.16	404	83.99	846	84.60
Internet	77	14.84	77	16.01	154	15.40
Total	519	100	481	100	1000	100

De la muestra total de estudiantes universitarios aproximadamente el 15% admite tener mayor facilidad para establecer relaciones dentro de la Internet, por el contrario, alrededor del 85% prefiere las relaciones cara a cara, no existiendo diferencias significativas con respecto al género (véase Figura 5.5).

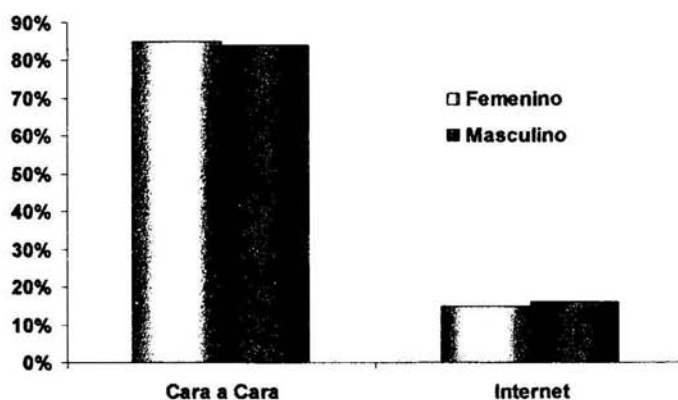


Figura 5.5 Relaciones establecidas con mayor facilidad (cara a cara/internet) por género.

5.2 Análisis psicométrico del Inventario de Gambrill y Richey (1975).

La estructura factorial obtenida resultó diferente a la que reportaron Gambrill y Richey (1975). Al aplicar el inventario de Asertividad se obtuvieron cuatro factores en ambas escalas para la población de estudiantes del Campus Ciudad Universitaria.

Los cuatro factores de la Escala de Grado de Incomodidad explican el 35.98% de la varianza total (véase Tabla 5.6).

Tabla 5.6 Factores de la Escala de Grado de Incomodidad.

Nombre de los Factores	Eigenvalor	Varianza explicada (%)	Varianza explicada acumulada (%)
Factor 1. Defensa de derechos individuales ante otros.	4.53	11.32	11.32
Factor 2. Dar y recibir halagos.	3.40	8.49	19.81
Factor 3. Negarse a hacer o pedir favores, citas y reuniones.	3.39	8.48	28.29
Factor 4. Admitir errores, pedir ayuda y tolerar a otros.	3.08	7.69	35.98

En la escala de Probabilidad de Respuesta, los cuatro factores obtenidos explican el 33.01% de la varianza total (véase Tabla 5.7).

Tabla 5.7 Factores de la escala de Probabilidad de Respuesta.

Nombre de los Factores	Eigenvalor	% de Varianza explicada	% de Varianza explicada Acumulada
Factor 1. Defensa de derechos individuales ante otros.	4.36	10.89	10.89
Factor 2. Dar y recibir halagos.	2.24	5.60	16.49
Factor 3. Negarse a hacer o pedir favores, citas y reuniones.	3.45	8.64	25.13
Factor 4. Admitir errores, pedir ayuda y tolerar a otros.	3.15	7.88	33.01

Cada uno de los factores, ítems y cargas factoriales se presentan en la Tabla 5.8.

Tabla 5.8 Estructura Factorial.

Factor 1: Defensa de derechos Individuales ante otros.

ITEM	Descripción del ITEM	Factores de la Escala de Grado de Incomodidad				Factores de la Escala de Probabilidad de Respuesta			
		F1	F2	F3	F4	F1	F2	F3	F4
R08	Decirle a una persona, con quien está íntimamente relacionado(a), que a usted le molesta algo que dice o hace.	0.41	0.08	0.41	0.05	0.36	0.17	0.35	0.23
R23	Reclamar un servicio por el cual usted ha esperado sin ser atendido, por ejemplo en un restaurante.	0.70	0.11	-0.03	0.03	0.45	0.40	-0.13	0.24
R24	Discutir abiertamente con una persona que critica su conducta.	0.66	0.10	0.14	0.14	0.64	0.26	0.05	0.18
R25	Devolver productos defectuosos, por ejemplo en una tienda o restaurante.	0.70	0.09	-0.05	0.04	0.52	0.40	-0.11	0.19
R26	Expresar una opinión contraria a la de la persona con la que usted está hablando.	0.53	0.09	0.19	0.15	0.50	0.42	0.12	0.083
R28	Decirle a una persona que usted siente que ha hecho algo injusto para usted.	0.47	0.18	0.41	0.04	0.51	0.30	0.15	0.23
R32	Decirle a una persona importante para usted cuando le hace un reclamo injusto, que no tiene razón.	0.46	0.12	0.36	-0.04	0.60	0.16	0.20	0.04
R35	Discutir abiertamente con una persona que critica su trabajo.	0.54	0.15	0.20	0.08	0.62	0.10	0.17	0.22
R39	Decirle a un compañero(a) de trabajo que algo que dice o hace le molesta a usted.	0.60	0.14	0.23	0.06	0.50	0.25	0.14	0.38
R40	Pedirle a una persona que lo está molestando ante otras personas que deje de hacerlo.	0.57	0.07	0.12	-0.04	0.53	0.22	0.05	0.28

Factor 2: Dar y recibir halagos.

ITEM	Descripción del ITEM	Factores de la Escala de Grado de Incomodidad				Factores de la Escala de Probabilidad de Respuesta			
		F1	F2	F3	F4	F1	F2	F3	F4
R02	Halagar a un amigo(a).	-0.03	0.58	0.32	-0.09	0.09	0.46	0.39	-0.15
R16	Halagar a una persona con la cual está usted involucrado(a) sentimentalmente o interesado(a) en él/ella.	0.07	0.59	0.16	-0.01	0.12	0.38	0.40	0.06

Tabla 5.8 (continuación).

R22	Decirle a alguien que le cae muy bien.	0.13	0.57	0.27	-0.08	0.20	0.64	0.15	-0.17
R29	Aceptar una cita romántica.	0.13	0.56	-0.14	0.07	-0.01	0.53	0.21	0.16
R30	Contarle a alguien que a usted le ha ido muy bien.	0.15	0.56	0.01	-0.06	0.08	0.59	0.05	0.05
R37	Recibir halagos.	0.25	0.60	-0.05	-0.07	-0.07	0.57	0.05	0.29

Factor 3: Negarse a hacer o pedir favores, citas y reuniones.

ITEM	Descripción del ITEM	Factores de la Escala de Grado de Incomodidad				Factores de la Escala de Probabilidad de Respuesta			
		F1	F2	F3	F4	F1	F2	F3	F4
R01	Decirle a alguien que le pide su coche que no puede prestárselo.	0.01	0.05	0.55	0.01	0.13	0.04	0.53	0.09
R06	Rechazar la petición de alguien para tener una reunión o una cita.	-0.06	-0.12	0.46	0.30	0.15	0.02	0.46	0.21
R11	Negarse a prestar dinero.	0.06	0.03	0.60	-0.11	0.18	-0.00	0.59	0.02
R13	Cortar la plática con un amigo que habla mucho.	0.25	0.04	0.53	0.01	0.24	0.12	0.47	0.07
R17	Solicitar una reunión o una cita.	0.18	0.49	0.39	0.09	-0.02	0.39	0.39	0.36
R18	Insistir al pedir una reunión o cita que le negaron la primera vez que la solicitó.	0.08	0.27	0.40	0.13	0.06	0.10	0.53	0.29

Factor 4: Admitir errores, pedir ayuda y tolerar a otros.

ITEM	Descripción del ITEM	Factores de la Escala de Grado de Incomodidad				Factores de la Escala de Probabilidad de Respuesta			
		F1	F2	F3	F4	F1	F2	F3	F4
R05	Pedir una disculpa.	0.00	0.25	-0.04	0.54	0.12	0.07	0.03	0.68
R07	Admitir que tiene miedo y pedir comprensión.	0.12	0.20	0.08	0.54	0.09	0.02	0.22	0.59

Tabla 5.8 (continuación).

R10	Aceptar que no sabe sobre algún tema.	0.18	0.07	0.06	0.50	0.28	0.03	0.24	0.47
R14	Pedir una crítica constructiva.	0.19	0.25	0.10	0.44	0.20	0.28	0.12	0.44
R19	Admitir confusión acerca de un punto en discusión y solicitar aclaración.	0.29	0.17	0.08	0.53	0.30	0.26	0.27	0.39
R21	Preguntar si usted ha ofendido a alguien.	0.20	0.30	0.03	0.54	0.33	0.17	0.05	0.44

Ítems eliminados. A continuación se describen las razones por las cuales los ítems fueron eliminados (véase Tabla 5.9).

El ítem 3 (pedir un favor a alguien) corresponde a una carga factorial alta en la Escala de Grado de Incomodidad en el factor 2 y baja en los cuatro factores de la Escala de Probabilidad de Respuesta, por lo que se eliminó, debido a que no arroja información en referencia a *dar y recibir halagos*, no se especifica el contexto y en comparación con la escala original se encontró una mala traducción.

El ítem 9 (pedir un aumento de sueldo) resultó con una carga factorial alta en el Factor 2 de la Escala de Probabilidad de Respuesta y baja en la Escala de Grado de Incomodidad en todos los factores. Se eliminó pues no corresponde al contexto de los estudiantes ya que en su mayoría no trabajan, tiene una mala traducción, no menciona las condiciones bajo las cuales se pide un aumento de sueldo y no tiene nada que ver con *dar y recibir halagos*.

El ítem 31 (resistir la presión de alguien que insiste que usted tome bebidas alcohólicas) tienen una carga factorial alta en el Factor 1 de la Escala de Probabilidad de Respuesta y una carga factorial baja en todos los factores de la Escala de Grado de Incomodidad. Aunque está relacionado con la defensa de derechos individuales ante

otros, esta inconsistencia puede ser debido a que se mencionan las palabras resistencia, presión e insistencia en una pregunta sin contemplar el contexto.

El ítem 33 (renunciar a su trabajo) se eliminó porque tiene una carga alta en el Factor 1 de la Escala de Probabilidad de Respuesta y cargas bajas en los factores de la Escala de Grado de Incomodidad, esto se debe a que la escala original se construyó de acuerdo con otras condiciones socioculturales (EUA), en donde se otorga una pensión a las personas que se quedan sin trabajo o piden su renuncia. Para la población en estudio es necesario especificar las razones por las cuales se solicita la renuncia en concordancia con la defensa de derechos individuales ante otros. Además de que la mayoría son estudiantes solamente.

El ítem 34 (resistir la presión de alguien que quiere hacerlo enojar) aunque presenta una carga factorial alta en el Factor 1 de la Escala de Probabilidad de Respuesta, resulta bajo en los demás factores del Grado de Incomodidad. Esto puede ser porque cuando una persona insiste en molestar simplemente se responde espontáneamente para *defender los derechos individuales ante otros*, además de que resulta ambigua la incomodidad para resistir el enojo.

El ítem 36 (solicitar la devolución de cosas prestadas) resultó alto en ambas escalas, sin embargo, se eliminó porque estas cargas factoriales no coinciden; se obtuvo el Factor 1 en Grado de Incomodidad y el Factor 2 en Probabilidad de respuesta. Este reactivo tiene que ver con la incomodidad que produce defender los derechos individuales ante otros, sin embargo, no hay ninguna relación con dar y recibir halagos.

Los ítems 4 (resistir la tentación de comprar algo en oferta), 12 (Hacer preguntas personales), 15 (iniciar una conversación con un extraño), 20 (solicitar empleo), 27 (resistir

proposiciones sexuales cuando usted no está interesado/a) y 38 (continuar la conversación con alguien que está en desacuerdo con usted) se eliminaron por no presentar cargas factoriales importantes en ninguna de las dos escalas (GI y PR), lo que indica que no tienen relación con el constructo Asertividad que mide la escala. Así mismo, se observó que estos ítems provocaban dudas en los encuestados, por problemas de redacción, estar planteados en usted, mala traducción y por no considerar una situación o contexto específico, además de ser ambiguos.

Tabla 5.9 Ítems eliminados.

ITEM	Descripción del ITEM	Factores de la Escala de Grado de Incomodidad				Factores de la Escala de Probabilidad de Respuesta			
		F1	F2	F3	F4	F1	F2	F3	F4
R03	Pedir un favor a alguien.	0.10	0.41	0.16	0.19	0.13	0.20	0.30	0.27
R04	Resistir la tentación de comprar algo en oferta.	-0.04	-0.03	0.18	0.31	0.15	0.22	-0.06	0.17
R09	Pedir un aumento de sueldo.	0.39	0.18	0.06	0.29	0.17	0.49	0.17	0.12
R12	Hacer preguntas personales.	0.16	0.40	0.06	0.29	0.18	0.25	0.20	0.30
R15	Iniciar una conversación con un extraño.	0.11	0.40	0.09	0.27	-0.09	0.29	0.25	0.37
R20	Solicitar empleo.	0.28	0.19	0.13	0.04	0.13	0.28	0.32	0.20
R27	Resistir proposiciones sexuales cuando usted no está interesado(a).	-0.11	-0.17	0.40	0.13	0.31	0.19	-0.12	0.15
R31	Resistir la presión de alguien que insiste que usted tome bebidas alcohólicas.	0.10	-0.13	0.33	0.24	0.45	-0.04	-0.11	0.16
R33	Renunciar a su trabajo.	0.17	0.04	0.23	0.30	0.44	0.18	-0.11	0.14
R34	Resistir la presión de alguien que quiere hacerlo enojar.	0.15	-0.08	0.25	0.17	0.55	0.20	-0.22	0.18
R36	Solicitar la devolución de cosas prestadas.	0.47	0.19	-0.09	0.28	0.35	0.55	0.16	-0.03
R38	Continuar la conversación con alguien que está en desacuerdo con usted.	0.28	0.23	0.27	0.05	0.37	0.25	0.17	0.27

ESTA TESIS NO SALE DE LA BIBLIOTECA

Confiabilidad. La confiabilidad alcanzada para la versión final de 28 ítems es de $\alpha=0.8882$ en la Escala de Grado de Incomodidad y de $\alpha=0.8518$ en la Escala de Probabilidad de Respuesta.

5.3 Resultados de la aplicación del inventario según el análisis psicométrico de estructura factorial.

Respecto al análisis psicométrico se encontró que la media y la desviación estándar son muy parecidas en ambas escalas y en sus respectivos factores, los cuales se muestran en la Tabla 5.10.

Tabla 5.10 Media y desviación estándar de las escalas del inventario de Asertividad.

Nombre de los Factores	Escala Grado de Incomodidad		Escala Probabilidad de Respuesta	
	Media	Desviación Estándar	Media	Desviación Estándar
Factor 1. Defensa de derechos individuales ante otros.	22.96	7.69	20.47	6.21
Factor 2. Dar y recibir halagos.	10.79	4.05	11.90	3.96
Factor 3. Negarse a hacer o pedir favores, citas y reuniones.	15.80	4.39	17.28	3.74
Factor 4. Admitir errores, pedir ayuda y tolerar a otros.	14.15	4.62	13.65	4.22
Total	63.71	20.75	63.30	18.13

Cuando se clasificó a los sujetos según la taxonomía de Gambrill y Richey (1975), se encontraron diferencias significativas en la población mexicana, en particular de los estudiantes universitarios con respecto a la estadounidense (véase Tabla 5.11).

Los resultados de la investigación realizada por Gambrell y Richey en 1975, con 313 sujetos, dio lugar a la Taxonomía comprendida por los actores ansiosos, inasertivos, asertivos e indiferentes (véase Tabla 5.11). En la comparación se consideraron las mismas dimensiones que mide el constructo asertividad del inventario que estas autores construyeron.

Tabla 5.11 Comparación de taxonomías.

Taxonomía USA (1975)	Total	Porcentaje (%)	Taxonomía México (2004)	Total	Porcentaje (%)	Relación
Actor Ansioso	35	11.18	Actor Ansioso	354	35.40	Es muy probable que respondan si el grado de incomodidad es alto.
Inasertivo	111	35.46	Inasertivo	138	13.80	Es poco probable que respondan si el grado de incomodidad es alto.
Asertivo	112	35.78	Asertivo	114	11.40	Es muy probable que respondan si el grado de incomodidad es bajo.
Indiferentes	55	17.57	Indiferentes	394	39.40	Es poco probable que respondan si el grado de incomodidad es bajo.
Total	313	100		1000	100	

No se tomo como punto de comparación la clasificación de Guerra (1996), porque en su taxonomía incluye las categorías de sujetos promedio en GI y PR, y otras combinaciones que son ambiguas y no se les pueden atribuir características específicas con fines de diagnóstico y tratamiento.

Ambos estudios arrojaron datos opuestos, en EUA los inasertivos y asertivos representan en conjunto más del 70% y los actores ansiosos e indiferentes el resto de la población. En México las cifras son opuestas casi el 75% son actores ansiosos e indiferentes y el resto caen en la categoría de inasertivos y asertivos, señalando que este último es la cifra más baja para esta población (Véase Figura 5.6 y 5.7).

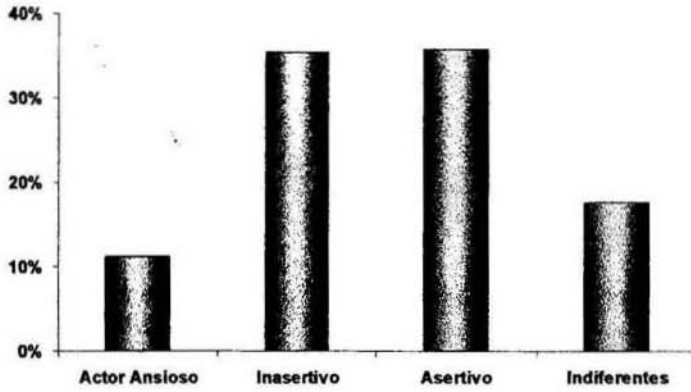


Figura 5.6 Taxonomía USA (1975).

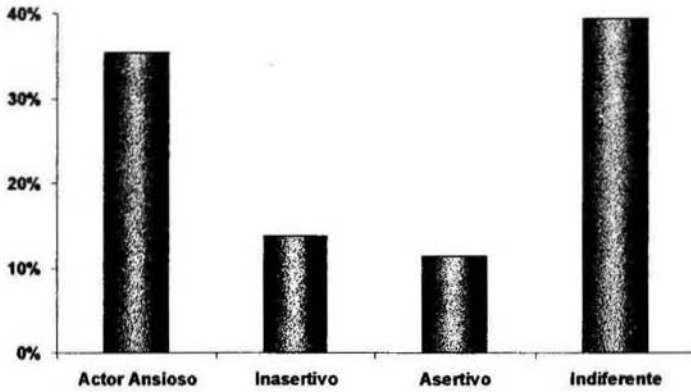


Figura 5.7 Taxonomía México (2004).

5.4 Análisis Estructural de Covarianza.

El Análisis Estructural de Covarianza se efectuó con las siguientes variables:

1. Edad.
2. Género.
3. Horas de uso de la internet.
4. Canal de conversación (chat).
5. Correo electrónico.
6. Grupos de trabajo dentro de la internet.
7. Foros de discusión dentro de la internet.
8. Relaciones familiares dentro de la internet.
9. Relaciones laborales dentro de la internet.
10. Relaciones escolares dentro de la internet.
11. Relaciones amistosas dentro de la internet.
12. Relaciones de noviazgo dentro de la internet.
13. Tipos de relación (cara a cara- internet).
14. Grado de incomodidad para defender los derechos individuales ante otros.
15. Grado de incomodidad para dar y recibir halagos.
16. Grado de incomodidad para negarse a hacer o pedir favores, citas o reuniones.
17. Grado de incomodidad para admitir errores, pedir ayuda y tolerar a otros.
18. Probabilidad para defender los derechos individuales ante otros.
19. Probabilidad para dar y recibir halagos.

20. Probabilidad para negarse a hacer o pedir favores, citas y reuniones.

21. Probabilidad para admitir errores, pedir ayuda y tolerar a otros.

El modelo ajustó con $\chi^2/gf = 1.835$. El porcentaje de ajuste es del 97.3%. El error por mínimos cuadrados $RMSEA = 0.029$. Se considera el ajuste como muy bueno, lo que significa que las variables tienen relación entre sí.

Las relaciones obtenidas en el modelo se muestran en la Tabla 5.12 y están representadas en la Figura 5.8.

Tabla 5.12 Relaciones de probabilidad entre variables

No.	Variable dependiente	Variable independiente	Beta	Beta Estándar	Error Estándar	Z	Explicación
1	Edad	Grado de incomodidad para negarse a hacer o pedir favores, citas o reuniones	-0.047	-0.089	0.016	-2.880	Los estudiantes que presentan un mayor grado de incomodidad para negarse a hacer o pedir favores, citas o reuniones se asocian a una menor edad.
2	Edad	Grupos de trabajo dentro de la internet	-0.691	-0.100	0.218	-3.172	Los estudiantes que usan más el servicio de grupos de trabajo interactivo dentro de la Internet, se asocian a una menor edad.
3	Edad	Relaciones laborales dentro de la internet	0.843	0.152	0.174	4.847	Los estudiantes que utilizan la internet en sus relaciones laborales están asociados con los que tienen mayor edad.
4	Edad	Relaciones amistosas dentro de la internet	-0.525	-0.096	0.169	-3.100	Los estudiantes que utilizan la internet en sus relaciones amistosas probablemente sean de menor edad.
5	Tipos de relación (cara a cara-internet)	Grado de incomodidad para dar y recibir halagos	0.009	0.097	0.003	3.097	Los estudiantes que presentan mayor grado de incomodidad para dar y recibir halagos probablemente establezcan con mayor facilidad sus relaciones dentro de la internet.

Tabla 5.12 (continuación).

No.	Variable dependiente	Variable Independiente	Beta	Beta Estándar	Error Estándar	Z	Explicación
6	Tipos de relación (cara a cara-internet)	Relaciones de noviazgo dentro de la internet	0.121	0.096	0.040	3.072	Los estudiantes que utilizan la internet en su relación de noviazgo probablemente prefieren relacionarse en general por la red.
7	Horas de uso de la internet	Canal de conversación (chat)	0.844	0.202	0.126	6.694	Los estudiantes que utilizan más el chat probablemente pasen más horas navegando en la internet.
8	Horas de uso de la internet	Foros de discusión dentro de la internet	1.013	0.123	0.247	4.106	Los estudiantes que participan más en foros de discusión probablemente navegan más horas dentro de la internet.
9	Horas de uso de la internet	Relaciones familiares dentro de la internet	0.375	0.089	0.129	2.912	Los estudiantes que utilizan la internet para sus relaciones familiares probablemente son los que pasen más horas navegando.
10	Horas de uso de la internet	Relaciones laborales dentro de la internet	0.432	0.094	0.140	3.087	Los estudiantes que utilizan la internet en sus relaciones laborales probablemente son los que pasen más horas navegando.

Tabla 5.12 (continuación).

No.	Variable dependiente	Variable independiente	Beta	Beta Estándar	Error Estándar	Z	Explicación
11	Horas de uso de la internet	Género	0.538	0.141	0.115	4.684	Los estudiantes que navegan más horas dentro de la internet se asocian con el género masculino.
12	Grado de incomodidad para defender los derechos individuales ante otros	Grado de incomodidad para dar y recibir halagos	0.381	0.203	0.050	7.621	A los estudiantes que les molesta más dar y recibir halagos probablemente les moleste más defender sus derechos individuales.
13	Grado de incomodidad para defender los derechos individuales ante otros	Grado de incomodidad para negarse a hacer o pedir favores, citas o reuniones	0.539	0.310	0.048	11.308	Los estudiantes que les molesta más negarse a hacer o pedir favores, citas o reuniones, están asociados a un mayor grado de incomodidad para defender sus derechos individuales.
14	Grado de incomodidad para defender los derechos individuales ante otros	Grado de incomodidad para admitir errores, pedir ayuda y tolerar a otros	0.532	0.323	0.049	10.883	A los estudiantes que les molesta más admitir errores pedir ayuda y tolerar a otros probablemente les cause un mayor grado de incomodidad defender sus derechos individuales.
15	Grado de incomodidad para dar y recibir halagos	Grado de incomodidad para admitir errores, pedir ayuda y tolerar a otros	0.373	0.426	0.025	14.878	A los estudiantes que les molesta más admitir sus errores, pedir ayuda y tolerar a otros es muy probable que les moleste más dar y recibir halagos.

Tabla 5.12 (continuación).

No.	Variable dependiente	Variable independiente	Beta	Beta Estándar	Error Estándar	Z	Explicación
16	Grado de incomodidad para negarse a hacer o pedir favores, citas o reuniones	Grado de incomodidad para admitir errores, pedir ayuda y tolerar a otros	0.455	0.479	0.026	17.267	A los estudiantes que les molesta más admitir sus errores, pedir ayuda y tolerar a otros se les asocia a un mayor grado de incomodidad para negarse a hacer o pedir favores, citas o reuniones.
17	Probabilidad de respuesta para defender los derechos individuales ante otros	Grado de incomodidad para defender los derechos individuales ante otros	0.353	0.434	0.020	17.364	Los estudiantes que les molesta más defender sus derechos individuales, están asociados a una mayor probabilidad para defender los mismos.
18	Probabilidad de respuesta para defender los derechos individuales ante otros	Probabilidad de respuesta para dar y recibir halagos	0.299	0.191	0.039	7.692	Los estudiantes que tienen una mayor probabilidad para dar y recibir halagos están asociados a una mayor probabilidad para defender sus derechos individuales.
19	Probabilidad de respuesta para defender los derechos individuales ante otros	Probabilidad de respuesta para negarse a hacer o pedir favores, citas y reuniones	0.165	0.100	0.040	4.098	Los estudiantes que tienen una mayor probabilidad para negarse o pedir favores, citas o reuniones están asociados a una mayor probabilidad para defender sus derechos individuales.
20	Probabilidad de respuesta para defender los derechos individuales ante otros	Probabilidad de respuesta para admitir errores, pedir ayuda y tolerar a otros	0.345	0.235	0.039	8.962	Los estudiantes con una mayor probabilidad par admitir errores, pedir ayuda y tolerar a otros se les asocia con una mayor probabilidad para defender sus derechos individuales.

Tabla 5.12 (continuación).

No.	Variable dependiente	Variable Independiente	Beta	Beta Estándar	Error Estándar	Z	Explicación
21	Probabilidad de respuesta para dar y recibir halagos	Grado de incomodidad para dar y recibir halagos	0.464	0.476	0.026	17.747	Los estudiantes que presentan un mayor grado de incomodidad para dar y recibir halagos se asocian con una mayor probabilidad para dar y recibirlos.
22	Probabilidad de respuesta para dar y recibir halagos	Probabilidad de respuesta para admitir errores, pedir ayuda y tolerar a otros	0.205	0.218	0.025	8.137	Los estudiantes que tienen una mayor probabilidad para admitir errores, pedir ayuda y tolerar a otros, se les asocia a una mayor probabilidad para dar y recibir halagos.
23	Probabilidad de respuesta para negarse a hacer o pedir favores, citas y reuniones	Grado de incomodidad para negarse a hacer o pedir favores, citas o reuniones	0.251	0.294	0.026	9.779	Los estudiantes que presentan un mayor grado de incomodidad para negarse a hacer o pedir favores, citas o reuniones están asociados a una mayor probabilidad para negarse a hacerlo.
24	Probabilidad de respuesta para negarse a hacer o pedir favores, citas y reuniones	Probabilidad de respuesta para admitir errores, pedir ayuda y tolerar a otros	0.196	0.220	0.027	7.325	Los estudiantes que presentan una mayor probabilidad para admitir errores, pedir ayuda y tolerar a otros se asocian a una mayor probabilidad para negarse a hacer o pedir favores, citas y reuniones.
25	Probabilidad de respuesta para admitir errores, pedir ayuda y tolerar a otros	Grado de incomodidad para admitir errores, pedir ayuda y tolerar a otros	0.558	0.613	0.023	24.545	Los estudiantes que presentan un mayor grado de incomodidad para admitir errores pedir ayuda y tolerar a otros se asocian a una mayor probabilidad para admitirlos.

Tabla 5.12 (continuación).

No.	Variable dependiente	Variable Independiente	Beta	Beta Estándar	Error Estándar	Z	Explicación
26	Canal de Conversación (Chat)	Tipos de Relación (Cara a Cara-Internet)	0.119	0.094	0.039	3.071	Los estudiantes que se relacionan con mayor facilidad dentro de la internet, probablemente usen más el chat.
27	Canal de Conversación (Chat)	Relaciones Familiares dentro de la Internet	0.092	0.091	0.031	2.955	Los estudiantes que usan la internet para sus relaciones laborales probablemente usen más el chat.
28	Canal de Conversación (Chat)	Relaciones Amistosas dentro de la Internet	0.208	0.193	0.033	6.222	Los estudiantes que usan la internet para sus relaciones amistosas probablemente usen más el chat.
29	Correo electrónico (e-mail)	Canal de conversación (chat)	-0.070	-0.138	0.016	-4.361	Los estudiantes que usan más el chat probablemente usen menos el correo electrónico.
30	Correo electrónico (e-mail)	Foros de discusión dentro de la internet	-0.104	-0.105	0.031	-3.374	Los estudiantes que usan la internet para participar en foros de discusión probablemente usen menos el correo electrónico.

Tabla 5.12 (continuación).

No.	Variable dependiente	Variable independiente	Beta	Beta Estándar	Error Estándar	Z	Explicación
31	Correo electrónico (e-mail)	Relaciones amistosas dentro de la internet	0.071	0.130	0.017	4.093	Los estudiantes que usan la internet para sus relaciones amistosas se asocian a un mayor uso del correo electrónico.
32	Grupos de trabajo dentro de la internet	Tipos de relación (cara a cara-internet)	0.106	0.115	0.027	3.853	A los estudiantes que se les facilitan las relaciones por la internet, probablemente tengan una mayor participación en grupos de trabajo.
33	Grupos de trabajo dentro de la internet	Canal de conversación (chat)	-0.099	-0.135	0.022	-4.489	Los estudiantes que usan la internet para chatear probablemente participen menos en grupos de trabajo.
34	Grupos de trabajo dentro de la internet	Correo electrónico (e-mail)	-0.333	-0.231	0.043	-7.704	Los estudiantes que utilizan más el correo electrónico están asociados a una menor participación en grupos de trabajo.
35	Grupos de trabajo dentro de la internet	Relaciones laborales dentro de la internet	0.134	0.168	0.024	5.641	Los estudiantes que utilizan la internet en sus relaciones laborales probablemente tengan una mayor participación en grupos de trabajo.

Tabla 5.12 (continuación).

No.	Variable dependiente	Variable Independiente	Beta	Beta Estándar	Error Estándar	Z	Explicación
36	Grupos de trabajo dentro de la internet	Relaciones escolares dentro de la internet	0.086	0.096	0.026	3.234	Los estudiantes que usan la internet para sus relaciones escolares probablemente tengan una mayor participación en grupos de trabajo.
37	Foros de discusión dentro de la internet	Relaciones laborales dentro de la internet	0.055	0.098	0.018	3.104	Los estudiantes que establecen relaciones laborales dentro de la internet probablemente participen más en foros de discusión.
38	Relaciones familiares dentro de la internet	Grado de incomodidad para dar y recibir halagos	-0.011	-0.096	0.003	-3.085	Los estudiantes que presentan un mayor grado de incomodidad para dar y recibir halagos probablemente establezcan menos relaciones familiares dentro de la internet.
39	Relaciones familiares dentro de la internet	Relaciones amistosas dentro de la internet	0.139	0.130	0.033	4.176	Los estudiantes que utilizan la internet para sus relaciones amistosas, probablemente establezcan más relaciones familiares.
40	Relaciones laborales dentro de la internet	Relaciones familiares dentro de la internet	0.138	0.149	0.029	4.741	Los estudiantes que tienen relaciones familiares dentro de la internet probablemente establezcan más relaciones laborales.

Tabla 5.12 (continuación).

No.	Variable dependiente	Variable independiente	Beta	Beta Estándar	Error Estándar	Z	Explicación
41	Relaciones laborales dentro de la internet	Relaciones amistosas dentro de la internet	-0.088	-0.089	0.031	-2.836	Los estudiantes que tienen relaciones amistosas por la internet, están asociados a un menor número de relaciones laborales.
42	Relaciones escolares dentro de la internet	Probabilidad de respuesta para dar y recibir halagos	-0.007	-0.074	0.003	-2.393	Los estudiantes que presentan una mayor probabilidad para dar y recibir halagos se asocian a un menor establecimiento de relaciones escolares dentro de la internet.
43	Relaciones escolares dentro de la internet	Relaciones familiares dentro de la internet	0.087	0.105	0.026	3.366	Los estudiantes que tienen más relaciones familiares probablemente establezcan más relaciones escolares dentro de la internet.
44	Relaciones escolares dentro de la internet	Relaciones amistosas dentro de la internet	-0.149	-0.168	0.028	-5.369	Los estudiantes que tienen más relaciones amistosas probablemente establezcan menos relaciones escolares dentro de la internet.
45	Relaciones de noviazgo dentro de la internet	Relaciones familiares dentro de la internet	0.112	0.176	0.020	5.639	Los estudiantes que tienen un mayor número de relaciones familiares probablemente establezcan más relaciones de noviazgo.

Tabla 5.12 (continuación).

No.	Variable dependiente	Variable independiente	Beta	Beta Estándar	Error Estándar	Z	Explicación
46	Género	Edad	0.027	0.126	0.007	4.084	Los estudiantes que tienen mayor edad están asociados al género masculino.
47	Género	Grado de incomodidad para defender los derechos individuales ante otros	-0.010	-0.151	0.002	-4.428	Los estudiantes que presentan un mayor grado de incomodidad para defender sus derechos probablemente sean del género femenino.
48	Género	Grado de incomodidad para dar y recibir halagos	0.014	0.115	0.004	3.426	Los estudiantes que presentan un mayor grado de incomodidad para dar y recibir halagos probablemente sean del género masculino.
49	Género	Probabilidad de respuesta para negarse a hacer o pedir favores, citas y reuniones	-0.011	-0.086	0.004	-2.743	Los estudiantes que presentan mayor probabilidad para negarse a hacer o pedir favores, citas o reuniones se asocian al género femenino.
50	Género	Relaciones laborales dentro de la internet	0.118	0.098	0.037	3.161	Los estudiantes que usan la internet para sus relaciones laborales se asocian al género masculino.

Capítulo 6

Discusión y Conclusiones

Como ya se ha dicho a lo largo de toda esta investigación, el uso de la internet cada vez tiene una mayor demanda como consecuencia de su apertura. El uso de la internet, y no la internet en si misma, constituye un fenómeno que se torna más complejo en todos los campos de acción humana. Muchos ensayos tratan de explicar las consecuencias de tal uso, y por otro lado, existen pocas investigaciones que traten las formas en que se relacionan los individuos a través de este medio. Lo que ha permitido la realización de este trabajo, en primera instancia, a un nivel de evaluación, y en segunda, dando pie a la profundización posterior del fenómeno, e indicios para delimitarlo por áreas, usos y tipos de usuarios, así como los servicios utilizados.

Los resultados de esta investigación, por su diseño, permiten una aproximación a la distribución de la población total de estudiantes universitarios del campus C. U.

El análisis de las propiedades psicométricas del Inventario de Asertividad de Gambrill y Richey (1975), estandarizado por Guerra (1996) para la población del D. F. únicamente, es importante pues su uso se ha extendido al ámbito de la psicología clínica, y algunas investigaciones están basadas en esta estandarización como la de Concha y Rodríguez (2001). El análisis de este instrumento no considera su adaptación a la población de estudiantes universitarios, población que ha sido muy estudiada, lo que repercute en la interpretación de los resultados y, por ende, en las intervenciones que se realizan en grupos e individuos.

En esta investigación se encontraron diferencias substanciales en las propiedades psicométricas para la población de estudiantes universitarios. Cabe el cuestionar la objetividad de las investigaciones realizadas anteriormente, basados en la estandarización de Guerra (1996) en población estudiantil.

El **análisis factorial** del Inventario en esta investigación en población universitaria, arrojó cuatro factores en ambas escalas, cuya consistencia interna es de $\alpha=0.8882$ en la Escala de Grado de Incomodidad y de $\alpha=0.8518$ en la Escala de Probabilidad de Respuesta, lo cual difiere del estudio original (Gambrell y Richey, 1975) y de la estandarización en México (Guerra, 1996); que encontraron nueve factores para las escalas. Este último trabajo explica el 50 % de la varianza total, a pesar de ello existen algunos reactivos en ambas escalas que tienen cargas factoriales sustanciales, pero que son incongruentes con el nombre dado al factor.

Los nueve factores fueron condensados solo en cuatro que hacen más consistente el Inventario, para integrar las dimensiones del constructo asertividad o habilidades sociales propuestas por Caballo (1998), como lo son la expresión de amor agrado y afecto, defensa de los propios derechos, pedir favores, aceptar cumplidos o hacerlos y esto se relaciona con la expresión de opiniones, desacuerdo, molestia, desagrado o enfado, disculparse o admitir ignorancia y afrontar críticas. Todo ello en correspondencia con factores situacionales, es decir, con la adaptabilidad de cada sujeto a los nuevos medios para interactuar como la Internet reflejada expresamente en el canal de conversación (chat), foros de discusión, correo electrónico (E-mail) y grupos de trabajo interactivo.

Los cuatro factores explican el 35.98% y el 33.01% de la varianza total en las escalas de Grado de Incomodidad y Probabilidad de Respuesta respectivamente. Por lo consiguiente el inventario se redujo a 28 ítems, los 12 restantes fueron eliminados por poseer cargas factoriales bajas. El análisis de estos ítems eliminados indican que efectivamente no corresponden a alguna de las dimensiones que mide el constructo asertividad, resumidos en los 4 factores encontrados por una mala traducción, utilizar la doble negación, por referir resistencia o no especificar las situaciones y el contexto al que corresponden, ya que el instrumento fue creado en EUA, es decir, en otras condiciones socioculturales. Además las preguntas causaban confusión a la población estudiantil y sobre todo si estaban relacionadas con aspectos laborales. Tal como lo afirma Carrasco, Clemente y Llavona (1989), al indicar que el contenido de los ítems es poco específico en cuanto a las personas (familiares, amigos, novios, desconocidos, compañeros de trabajo o de escuela etc.) las situaciones (escolares, laborales, familiares, amistosas, comerciales o de noviazgo) y el tipo de comportamiento (hostil, amenazante, respetuoso) (Guerra, 1996). Por lo anterior se considera pertinente hacer un análisis exhaustivo del inventario que vaya desde el aspecto gramatical hasta el situacional sin dejar de lado las características socioculturales de la población mexicana.

El análisis descriptivo plantea que la mayor parte de los usuarios de la Internet son jóvenes y en esa medida pasan más tiempo navegando. Existen diferencias sobre todo de género, la probabilidad de que ingresen estudiantes del sexo masculino es mayor, además de tener edad entre los 17 y 22 años. Sin embargo, aunque este no es un estudio de género, se observan discrepancias en las relaciones que establecen en la Internet; las mujeres prefieren las relaciones escolares y amistosas que son más íntimas y los hombres

las relaciones familiares y laborales. Lo anterior refiere a las características esperadas de la población en estudio, es decir muy pocos están insertos en el ámbito laboral y pasan gran parte del día con amigos y compañeros de escuela. Ambos géneros prefieren las relaciones de noviazgo cara a cara, aunque se observa una minoría que se relaciona en internet, probablemente para dar continuidad a su interacción.

No es el caso de los servicios que se utilizan y las relaciones que establecen con mayor facilidad en el comparativo internet versus cara a cara en donde son casi iguales. Esto explica porque el chat y el correo electrónico es más demandado, pues para ambos géneros representa un medio rápido, eficaz, que se puede realizar en tiempo real, contestar inmediatamente o personalizar los mensajes haciéndolos más calidos con los recursos multimedia y emoticons específicamente (Wallace, 2001). Los que ingresan a grupos de trabajo y foros de discusión, que representan la minoría, son los que pasan más tiempo y navegan en lugares especializados de acuerdo a sus intereses, tal como lo confirma el modelo de Análisis Estructural de Covarianza. Otro aspecto es que solo se inscriben a estos sitios para recibir la información y sobretodo interactúan muy poco.

Estas diferencias probablemente se asocien al género, sin embargo cualquier suposición debe ser reforzada con alguna investigación sobre preferencias de uso de la Internet, gustos e intereses, así como el horario en que navegan, los canales de conversación a los que se integran, y el género con el que se comunican más frecuentemente.

Por otra parte el 85% de los estudiantes universitarios establecen con mayor facilidad las relaciones cara a cara, aunque el 15% restante opta por las relaciones en internet. Una posible respuesta es la que da Gubern (2002); hoy en día muchos usuarios

navegan y se relacionan más tiempo con las computadoras, lo que implica un déficit en la práctica de la Inteligencia Emocional, y por lo tanto de las habilidades sociales. Cabe señalar que Wallace (2001) menciona que algunas investigaciones han encontrado que después de cierto tiempo las relaciones dentro de la Internet son tan sólidas como las establecidas cara a cara. Ambas propuestas aunque contradictorias pueden ser contempladas en investigaciones futuras, e incluso elaborar un instrumento que mida las habilidades sociales en situaciones específicas, es decir, dentro del ciberespacio.

Los resultados del **análisis psicométrico de Estructura Factorial** del presente estudio se compararon con los conseguidos en el estudio original (Gambrill y Richey, 1975), lo que arroja datos opuestos. No se tomó como punto de comparación la clasificación de Guerra (1996), porque en su taxonomía incluye las categorías de sujetos promedio en Grado de Incomodidad y Probabilidad de Respuesta, además de otras combinaciones que son ambiguas; no se les pueden atribuir características específicas con fines de diagnóstico y tratamiento. Dichas taxonomías comprenden cuatro diagnósticos obtenidos por la combinación de los niveles alto o bajo en ambas escalas. Las diferencias estriban en que la mayor parte de la población de EUA cae en el rango de asertivo e inasertivo y el resto es actor ansioso e indiferente; mientras que para México la mayor parte se encuentra en el diagnóstico de actor ansioso e indiferente, quedando los asertivos e inasertivos con las cifras más bajas. Las diferencias socioculturales entre la población estadounidense y la mexicana se pueden explicar desde la misma descripción de los diferentes diagnósticos propuestos por Gambrill y Richey (1975); las diferencias son evidentes. Al parecer en EUA el responder ante todo, por cualquier situación en defensa de los derechos individuales, o alguna de las otras dimensiones del constructo en estudio,

es considerada una conducta asertiva, no importando si el grado de incomodidad es bajo o alto, ellos responden. Contrariamente, en México tal parece que el responder refiere a un alto grado de incomodidad, de forma complementaria otras personas no responden si su grado de incomodidad es bajo. Estos resultados solo pueden ser refrendados a través de estudios transculturales que exploren aspectos relacionados con la asertividad y las características socioculturales en combinación con el uso de la internet.

A partir del **Análisis Estructural de Covarianza** se propone un modelo de 50 relaciones, se destacan tres de vital importancia para este estudio, pues vinculan alguna variable de uso de la internet con alguna habilidad social específica: 1) Los estudiantes que presentan mayor grado de incomodidad para dar y recibir halagos, probablemente establezcan con mayor facilidad sus relaciones dentro de la internet; 2) Los estudiantes que utilizan la internet en su relación de noviazgo, probablemente prefieran relacionarse en general por la red; y 3) Los estudiantes con un mayor grado de incomodidad para dar y recibir halagos probablemente establezcan menos relaciones familiares dentro de la internet. Sabato (2002) menciona que "esta más a nuestro alcance un desconocido con el que hablamos a través de la internet" trayendo consigo que algunas de las relaciones más íntimas, como lo son el noviazgo y la familia, se vuelvan más frías y distantes, por la incomodidad para dar o recibir halagos consecuentemente se cristaliza en facilidad para relacionarse a través de la internet.

Sin duda estas tres relaciones representan las alternativas de investigaciones futuras en los diferentes ámbitos de la psicología, principalmente la clínica y social, su profundización puede resolver la disyuntiva del fenómeno; cabe preguntar si este

aislamiento individual resulta un problema debido al uso excesivo o implica un paliativo a las condiciones sociales de la era de la información.

Dicha importancia, se puede explicar por el aislamiento que empieza a surgir derivado del uso constante de la tecnología y que acaba por superar con creces la capacidad de resistencia de los sujetos, haciéndose más evidente la localización y comunicación sin estar forzosamente cara a cara como lo era antes de la apertura de la internet. Inclusive, hoy en día, no requieren de una conexión solo en casa, también las hay móviles a través de módems externos o del teléfono celular.

El estudio del fenómeno internet requiere de mucha atención por el constante aumento de usuarios. Aunque representa el 2.3% de internautas en América del Norte del año 2000 al 2003 ha tenido un crecimiento del 71.95% en esta región del planeta.

Por otro lado, la tasa de penetración en México es de 4.6%, que si bien es un número bajo, significa un aumento considerable en el país. Según las estimaciones del INEGI, en el sector educativo y doméstico hubo un aumento de alrededor del 25% del 2001 al 2002 (véase agenda Estadística 2003).

La internet representa un fenómeno en constante crecimiento, de ahí la necesidad de realizar estudios como este. Se requiere entonces de investigaciones más profundas y con poblaciones cautivas, que arrojen información no solo de las relaciones con personas ya conocidas por los cibernautas, sino de las personas que empiezan a conocerse en este medio (Rheingold, 1994).

Las poblaciones cautivas, incluso, permiten investigaciones tanto transversales como longitudinales. Estas últimas son idóneas para saber si la inserción de la internet, en el ámbito psicosocial de cada individuo, favorece el establecimiento de relaciones sólidas y

fuertes, o por lo menos las facilita para un acercamiento más íntimo. Por otro lado, es necesario el diseño de investigación que permita el análisis de la ejecución de las habilidades sociales en un ambiente de realidad virtual para saber si estas son utilizadas de forma más congruente y adecuada a este contexto.

Para finalizar, aunque la disponibilidad y alcance social que tiene la internet todavía es tema de discusión, al menos en México a finales del 2003 ya existían 12 millones de usuarios lo que nos indica que tan solo el 10% de la población total de este país tiene acceso (véase <http://chetumail.com>). Por esta razón resulta importante enfatizar que aunque es mínima la cantidad de cibernautas estos crecen cada día, que la mayoría de la población universitaria sí usa frecuentemente este medio para comunicarse con otros. La carencia de estudios sobre habilidades sociales vinculadas con el uso de la internet limito los alcances de esta investigación; no es el caso de los ensayos en diversas materias, que contextualizan el fenómeno de uso de la internet en el orden mundial, desde la economía hasta la sociología y que hacen esbozos de las repercusiones psicológicas. Se recomienda profundizar más en esta última área.

La revolución informática no se puede ignorar y frenar ya que hasta los más reacios la emplean cuando realizan una operación bancaria, van al supermercado, asisten al médico por mencionar algunas de las actividades de la vida diaria. Así como se obtienen beneficios también trae consigo nuevos retos que atañen a la psicología como la adicción a la Internet que se empieza a reportar y se le compara con otras adicciones porque afecta el desarrollo del individuo en otras áreas (familiar, social, laboral) (Gwinnell, 1999).

La demanda de la internet se debe a los diferentes actividades y campos de acción de cada individuo. En el caso de los estudiantes, inclusive algunas universidades exigen la

posesión de computadoras personales con acceso a internet, algunos trabajos escolares realizados en equipo son consolidados por el envío eficaz de este medio. Entre muchas otras cosas por mencionar ha facilitado y optimizado la comunicación en tareas específicas de los estudiantes.

Por su impacto social es necesario explorar los trastornos asociados al uso desmedido de la Internet, y las HHSS con que cuentan los individuos para vincularse; asimismo realizar el diagnóstico y tratamiento pertinentes. En la actualidad representa un problema que debe abordarse por su cada vez mayor incidencia, y por las probables consecuencias en la salud mental de los individuos que prefieren relacionarse superficialmente y con menor implicación emocional.

A lo largo de este trabajo se ha hablado que los individuos, concebidos en la era de la información, atienden a dos contextos, el real y el virtual. Sin embargo, las futuras investigaciones, deben considerar los diferentes contextos dentro de la realidad virtual en que se desenvuelven los individuos, no es lo mismo hablar de una persona que se relaciona con otras ya conocidas, que conocer e interaccionar con desconocidos, o asistir a ciertos tipos de foros, participar en grupos de trabajo específicos o visitar las diferentes paginas según la información deseada, gustos y motivaciones.

En este sentido, la presente investigación, deja la puerta abierta a posteriores cuestionamientos y rutas para investigar el fenómeno, que vayan más allá de un nivel evaluativo, ya no de la internet como contexto, sino del uso de la internet como un acto complejo conforme a diversas necesidades de cada individuo.

Referencias

- Acosta V., N. (2003, 5 de agosto). *Avanza en el mundo educación a distancia*. El Universal, pp. B10.
- Arrarte, G. & Sánchez V., J. (2001). *Internet y la enseñanza del español*. Madrid, España: Arco Libre.
- Caballo V., E. (1993). *Manual de evaluación y entrenamiento de la Habilidades Sociales*. España: Siglo XXI.
- Caballo V., E. (1996). Evaluación de las Habilidades Sociales. En Buela-Casal, G.; Caballo V., E.; Sierra, C. (Eds.) *Manual de evaluación en psicología clínica y de la salud*. España: Siglo XXI.
- Castells, M. (2000). *La era de la información: Economía, Sociedad y Cultura*. México: Siglo XXI.
- Castells, M. (2001). *The Internet Galaxy: Reflections on the Internet, Business, and Society*. United States: Oxford University Press.
- Cebrián, J. L. (2000). *La red: cómo cambiarán nuestras vidas los medios de comunicación*. México: Punto de Lectura.

- Concha G., C. & Rodríguez F., G. (2001). *Asertividad en estudiantes de Ciudad Universitaria*. Tesis de Licenciatura. México: Facultad de Psicología, Universidad Nacional Autónoma de México.
- Comer D., E. (1995). *Todo lo que usted desea saber sobre redes de computadoras y acerca de cómo funciona Internet*. México: Prentice Hall Hispanoamericana.
- Challoner, J. (2002). *La revolución digital: tecnología digital e internet: una guía básica*. México: Planeta.
- Díaz N., B. (1996). El mito Tecnológico y la sociedad democrática avanzada. En Dennis E., E. (Comp.) *La sociedad de la información: Amenazas y oportunidades*. Madrid, España: Complutense.
- Dominique, W. (2000). *Internet, ¿y después?* Barcelona, España: Gedisa.
- Enciclopedia Microsoft Encarta (2001). [Software de cómputo]. EE.UU.: Microsoft.
- Fernández C., P. (2000). *La Afectividad Colectiva*. México: Taurus.
- Ferrer, A. (2002). *De Cristóbal Colón a Internet: América Latina y la Globalización*. México: Fondo de Cultura Económica.

Ferreira C., G. (2000). *Informática: Para cursos de Bachillerato*. México: Alfaomega.

Gambrill D., E. & Richey A., Ch. (1975). An Assertion Inventory for Use in Assessment and Research. *Behavior Therapy*, 6, 550-561.

García D., H. (2000). Internet como instrumento de apoyo a la educación. Tesis de Licenciatura. México: Facultad de psicología, Universidad Nacional Autónoma de México.

Garibay C., M. & Hoffer C., E. (2001). *Influencia de la Internet en la socialización de los adolescentes*. Tesis de Licenciatura. México: Facultad de Psicología, Universidad Nacional Autónoma de México.

Giddens, A. (2001). *Un mundo desbocado: los efectos de la globalización en nuestras vidas*. México: Taurus.

Graham, G. (1999). *Internet: una indagación filosófica*. Valencia, España: Frónesis Cátedra.

Gubern, R. (2002). *El eros electrónico*. México, D. F.: Taurus.

- Guerra R., M. (1996). *Estandarización del Inventario de Asertividad de Gambrill y Richey para población de la ciudad de México*. Tesis de Licenciatura. México: Facultad de Psicología, Universidad Nacional Autónoma de México.
- Guinsberg, E. (1996). *Medios masivos: ¿calmantes del malestar en la cultura?* Anuario de investigación, Departamento de Educación y Comunicación, 1(1), 933-942.
- Guinsberg, E. (2001). *La Salud Mental del y en el Posmoneoliberalismo*. México: Universidad Iberoamericana León.
- Guinsberg, E. (2001). *La Salud Mental en el neoliberalismo*. México: Plaza y Valdés.
- Gwinnell, E. (1999). *El Amor en Internet: intimar con desconocidos a través del ciberespacio*. Barcelona, España: Paidós Ibérica.
- Heller, A. (1997). *Sociología de la vida cotidiana*. Barcelona, España: Península.
- Henderson, M. & Furnham, A. (1983). Dimensions of Asertiveness: Factor Analysis of five Assertion Inventories. *Journal of Behavior Therapy and Experimental Psychiatry*, 14 (3), 223-231.
- Hernández, E. & Padilla V., P. (2001). *El espejo virtual: la expresión de la subjetividad en el chat*. Revista: Subjetividad y Cultura, 17(2), 37-48.

- Hernández S., R.; Fernández C., C. & Baptista L., P. (2003). *Metodología de la Investigación* (3ª ed.) México: McGraw Hill.
- Kelly, J. A. (1987). *Entrenamiento de las Habilidades Sociales: Guía Práctica para intervenciones*. España: Desclée de Brouwer.
- Kerlinger N., F. & Howard B., L. (2002). *Investigación del comportamiento: Métodos de investigación en ciencias sociales*. México: McGraw-Hill.
- León, R. & Medina, A. (1998). Aproximación conceptual a las habilidades sociales. En Gil. F. & León Rubio J., M. (1998) (Eds.) *Habilidades Sociales: Teoría, Investigación e Intervención*. Madrid, España: Síntesis.
- Lerma N., C. (2002). Nuevas Tecnologías de Comunicación: ¿Nuevas Propuestas o Mismos Problemas? En Guzmán, N. (Comp.). *Sociedad y Desarrollo En México*. México: Ediciones Castillo.
- Lipovetsky, G. (2003). *La era del vacío*. Barcelona, España: Anagrama.
- Mañón G., G. (2002). La Sociedad del Tiempo Libre en el México actual. En Guzmán N. (Comp.) *Sociedad y Desarrollo en México*. México: Ediciones Castillo.

- Monjas C., M. (2002). *Programa de enseñanza de habilidades de interacción social*. España: CEPE (Ciencias de la Educación Preescolar y Especial).
- Nozick, R. (1996). Aspectos filosóficos de las redes globales. En Dennis, E. E. (Comp.) *La sociedad de la información: Amenazas y oportunidades*. Madrid, España: Complutense.
- Ortega R., P. (1997). *Nuevas Tecnologías y procesos de información*. Revista: Educación y Comunicación alternativa, 1(2), 121-125.
- Palacios Ch., R. (2000). *La Telaraña Cultural en América Latina y México: Oportunidades y Desafíos*. México: Universidad Nacional Autónoma de México, Instituto de Investigaciones Sociales, Fondo Nacional para la Cultura y las Artes, México.
- Pareras G., L. (1997). *Internet y Medicina*. España: MASSON.
- Patoni M., I. (2003). *Psicoterapia vía internet, su práctica, regulación e investigación: el caso del tabaquismo*. Tesis de Licenciatura. Facultad de Psicología. Universidad Nacional Autónoma de México.
- Ramos N., C. (2003, 27 de noviembre). *Realidad Virtual*. Suplemento: enter@te, Gaceta UNAM, pp. 5-7.

Real Academia Española (1992). *Diccionario Académico* [Versión Electrónica]. Madrid, España: Espasa Calpe.

Rheingold, H. (1994). *La Comunidad Virtual: una sociedad sin fronteras*. España: Gedisa.

Rodríguez E., M. & Serralde, M. (1992). *Asertividad para negociar. Serie: el arte de negociar*. México: McGraw-Hill.

Romano M., E. (2000). *La cultura digital*. Argentina: Lugar editorial.

Roth U., E. (1986). *Competencia social: El cambio del comportamiento individual en la comunidad*. México: Trillas.

Sabato, E. (2002). *La resistencia*. México: Seix Barral.

Sartori, G. (2002). *Homo Videns: La Sociedad Teledirigida*. México: Taurus.

Silva De Mejía L., M. (1976). *Realidades y Fantasías de las Computadoras: Un Punto de Vista Sociológico*. México: Universidad Nacional Autónoma de México.

Simone, R. (2001). *La Tercera Fase: Formas de saber que estamos perdiendo*. México: Taurus.

Smith, A. (1996). El impacto de las telecomunicaciones en nuestro futuro: Predicciones. En Dennis, E. E. (Comp.) *La sociedad de la información: Amenazas y oportunidades*. Madrid, España: Complutense.

Subirats, E. (2001). *Culturas Virtuales*. México: Ediciones Coyoacán.

UNAM (2002). *Agenda Estadística UNAM*. México: Dirección General de Estadística y Desarrollo Institucional.

Wallace, P. (2001). *La Psicología de la Internet*. Barcelona, España: Paidós.

Referencias electrónicas

Agenda Estadística INEGI (2003). [Versión Electrónica] Recuperado el 3 de marzo del 2004, de http://www.ife.org.mx/wwwspe/2001_cincorporacion/guias/bib_04.pdf

Estadísticas mundiales (2004, 31 de enero). Recuperado el 3 de marzo del 2004, de <http://www.exitoexportador.com>

Crecen a 12 millones de cibernautas en México (2004, 03 de marzo). Recuperado el 3 de marzo del 2004, de <http://chetumail.com>

Gómez C., E. (2003, enero). Identidad en las comunidades virtuales. [Versión electrónica], Enter@te, suplemento de la Gaceta UNAM. Recuperado el 3 de marzo de 2004, <http://www.enterate.unam.mx>.

Gómez C., E. (2002, julio). Género y sexualidad en las comunidades virtuales. [Versión electrónica], Enter@te, suplemento de la Gaceta UNAM. Recuperado el 3 de marzo de 2004, <http://www.enterate.unam.mx>

Suárez G., C. (2004, febrero). Construyendo la informática social. [Versión electrónica], Enter@te, suplemento de la Gaceta UNAM. Recuperado el 2 de marzo de 2004, <http://www.enter@te.unam.mx>

Anexo A

Glosario

Ancho de banda. Es la cantidad de información, normalmente expresada en bits por segundo, que puede transmitirse en una conexión durante la unidad de tiempo elegida. Es también conocido por su denominación inglesa: bandwidth.

Autopista de la Información (Information Superhighway). Así como existen autopistas por donde circulan automóviles a gran velocidad, se considera que las líneas telefónicas, las líneas de fibras ópticas y las microondas de satélite que conectan a las computadoras de la red internet, permiten la circulación de los datos digitales a grandes velocidades, convirtiéndose en la autopista virtual de la información.

Bajar (Download). Transferir archivos de cualquier tipo, desde una computadora remota, hasta la computadora del usuario conectado a Internet.

Bit. Abreviación de bynary digit en inglés; la unidad más pequeña de información que una computadora puede retener y puede valer 1 o 0.

Byte. Un grupo de ocho dígitos. Existen 256 maneras de combinar ocho bits por lo que existen 256 bytes disponibles.

Descargar. La transferencia de información digital a través de la red, usualmente un archivo de computadora vía internet.

Dirección IP. Número utilizado para identificar una computadora conectada a la Internet. Se compone de un número de 32 bits dividido en cuatro octetos, cuyos valores decimales pueden estar entre 0 y 255, separados por un punto. Ejemplos 128.9.0.32 ó 200.12.165.19.

Hiperliga. Una liga entre documentos escritos en HTML, accesibles en toda la red, normalmente Internet.

Hipertexto. Marca de texto que permite pasar de una página a otra de un mismo documento, de un documento en una computadora a otro ubicado en una terminal remota.

HTML. Lenguaje de la computadora utilizado para escribir páginas de información en la WWW.

LAN. Red de área local, un número relativamente pequeño de computadoras y otros aparatos digitales conectados normalmente en el mismo edificio.

MODEM (Modulador/DEModulador). Dispositivo electrónico que sirve para convertir señales digitales en analógicas y viceversa, con el fin de transmitir a través de

líneas telefónicas, los datos que las computadoras manejan en forma digital o binaria.

Nodos (Nodes). Puntos de conexión de una red, generalmente representados por una terminal o computadora.

Página Web. Un documento de texto escrito en html decodificado y visto a través de un programa de computación llamado buscador. Una página Web puede contener imágenes, texto, sonido, video y sobretodo ligas a otras páginas.

Protocolo. Conjunto de reglas normas o procedimientos que permiten que la información digital sea transferida a través de una red de computadoras.

Red. Conjunto de computadoras conectas entre si por diversos medios, con la finalidad de compartir datos y servicios.

Servidor (Server). Una computadora que guarda la información digital compartida entre los usuarios conectados a una red.

Sitio Web. Es una colección de página Web interligadas publicadas en el mismo servidor.

Subir (Up-load). Transferir archivos desde la computadora de un usuario conectado a Internet, hasta una computadora remota.

TCP/IP. Conjunto de protocolos que permiten controlar todos los servicios de Internet, entre computadoras de diferentes arquitecturas y con diversos sistemas operativos. Su nombre viene de las siglas en inglés de Transmisión Control Protocol/Internet Protocol.

Teleconferencia. Es un enlace interactivo para un fin común entre varias personas o grupos de personas en distintas localidades por medio de una o varias líneas telefónicas que soportan voz, datos e imágenes.

URL. Localizadores de reestablecimiento uniformes, una dirección para un documento particular de HTML, sonido u otra fuente disponibles en internet. Normalmente comienzan con http.

Videoconferencia. Este recurso permite a un grupo de personas ubicadas en lugares distantes, llevar a cabo reuniones como si estuvieran todas en una misma sala, los participantes se pueden escuchar unos a otros y pueden verse en video en movimiento. Imágenes de documentos o archivos de computadora se pueden compartir, también por todos los participantes. Un sistema de videoconferencia puede proveer de todas las opciones de presentación y de intercambio de información que son posibles en una reunión cara a cara.

WAN. Es una línea de transmisión de larga distancia ó red de área amplia.

World Wide Web (WWW). Colección de información interligada, virtual y cambiante disponible a todos los que tengan acceso a Internet. Cada porción de información en la Web tiene su propio URL para identificarla.

Anexo B

Edad: _____ años. Sexo: 1. () Fem. 2. () Mas.
Licenciatura: _____ Ocupación: _____
Escuela o Facultad: _____

CUESTIONARIO

USO DE LA INTERNET

INSTRUCCIONES: A continuación se le presenta una serie de preguntas relacionadas con el uso que le da a la Internet. Marque con una X su respuesta.

Recuerde que la información que proporcione es confidencial y de gran ayuda para esta investigación. **GRACIAS.**

1. ¿Cuántas horas a la semana usa la Internet?

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> De 1 a 4 horas a la semana. | <input type="checkbox"/> De 21 a 24 horas a la semana. |
| <input type="checkbox"/> De 5 a 8 horas a la semana. | <input type="checkbox"/> De 25 a 28 horas a la semana. |
| <input type="checkbox"/> De 9 a 12 horas a la semana. | <input type="checkbox"/> De 29 a 32 horas a la semana. |
| <input type="checkbox"/> De 13 a 16 horas a la semana. | <input type="checkbox"/> De 33 a 36 horas a la semana. |
| <input type="checkbox"/> De 17 a 20 horas a la semana. | <input type="checkbox"/> De 37 a 40 horas a la semana. |

2. De las siguientes opciones ¿Cuáles servicios de la Internet son los que más utiliza para poder relacionarse con otros? (Puede marcar más de una opción).

- Canal de conversación (chat).
- Correo electrónico (e-mail).
- Establecimiento de grupos de trabajo interactivos.
- Participación en debates y foros de discusión (News Groups).

3. ¿Qué tipo de relación social establece en la Internet? (Puede marcar más de una opción).

- Familiares
- Laborales
- Escolares
- Amistosas
- Noviazgos

4. En su relación con otros ¿Cuál establece con mayor facilidad?

- Relación Cara a Cara
- Relación en la Internet

Anexo c

Resultados de la prueba piloto 1

Datos sociodemográficos			Cuestionario: uso de la Internet																
No.	Escuela o Facultad	Género 1/F 2/M	Edad	1. Frecuencia (1-8)			2. Servicios de la Internet						3. Relaciones establecidas						4. Relación con mayor facilidad (1-2)
				1 (0-1)	2 (0-1)	3 (0-1)	4 (0-1)	5 (0-1)	6 (0-1)	7 (0-1)	8 (0-1)	1 (0-1)	2 (0-1)	3 (0-1)	4 (0-1)	5 (0-1)	6 (0-1)		
1	Arquitectura	2	23	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	2	
2	Arquitectura	2	26	0	1	0	0	0	1	0	0	1	0	0	1	0	1	1	
3	Ciencias Políticas y sociales	1	18	1	1	0	0	0	0	1	0	1	1	0	0	0	2		
4	Derecho	1	20	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1		
5	Derecho	1	20	0	1	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	1		
6	Derecho	2	19	1	1	0	0	0	0	1	0	1	1	0	1	0	1		
7	Economía	2	24	0	1	0	0	0	0	0	1	1	1	1	0	1	1		
8	Filosofía y letras	1	18	0	1	0	0	0	0	1	0	1	1	0	0	1	1		
9	Filosofía y letras	1	18	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1		
10	Filosofía y letras	1	19	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	1		
11	Filosofía y letras	1	21	0	1	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	1	1		
12	Filosofía y letras	1	22	0	1	0	0	0	0	1	0	1	1	0	0	1	1		
13	Filosofía y letras	1	23	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	1	1		
14	Filosofía y letras	1	26	0	1	1	0	0	0	0	1	1	0	0	0	1	1		
15	Filosofía y letras	2	18	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1		
16	Ingeniería	2	21	0	1	0	0	0	1	0	0	1	1	0	0	0	2		
17	Ingeniería	2	24	0	1	0	0	0	0	1	1	1	1	1	0	1	1		
18	Ingeniería	2	26	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1		
19	Ingeniería	2	29	0	1	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	1		
20	Química	2	30	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1		

ANEXO D

RESULTADOS DE LA PRUEBA PILOTO 2

Datos generales			Cuestionario: uso de la Internet.												
No.	Escuela o Facultad	Género 1/F 2/M	Edad	1.	2.					3.					4.Relación con mayor facilidad (1-2)
				Frecuencia (1-9)	Servicios de la Internet					relaciones establecidas					
				1 (0-1)	2 (0-1)	3 (0-1)	4 (0-1)	5 (0-1)	1 (0-1)	2 (0-1)	3 (0-1)	4 (0-1)	5 (0-1)		
1	Ciencias	1	22	2	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	1
2	Ciencias Políticas y Sociales	1	19	1	0	1	0	0	0	0	1	1	0	1	1
3	Ciencias Políticas y sociales	1	19	2	0	1	1	0	0	0	1	0	0	1	1
4	Ciencias Políticas y Sociales	1	20	1	0	1	1	0	0	0	1	1	1	0	1
5	Medicina	1	20	1	0	1	0	0	0	1	0	1	0	0	1
6	Medicina	1	22	2	0	1	0	0	0	1	1	1	1	0	1
7	Medicina	1	21	4	0	1	0	0	0	0	1	1	1	0	1
8	Medicina	1	19	2	0	1	0	0	0	1	0	1	1	0	1
9	Odontología	1	19	5	1	1	0	0	0	0	1	1	1	0	1
10	Odontología	1	21	6	1	1	0	0	1	0	1	1	1	0	1
11	Ciencias Políticas y Sociales	2	24	5	0	1	1	0	1	1	1	1	1	0	1
12	Ciencias Políticas y Sociales	2	20	2	1	1	0	0	0	0	1	1	0	1	1
13	Ciencias Políticas y Sociales	2	21	2	1	1	0	0	0	0	1	1	1	1	1
14	Ciencias Políticas y Sociales	2	20	1	0	1	0	0	0	1	1	1	1	0	1
15	Derecho	2	22	3	1	1	0	0	0	0	1	1	1	1	1
16	Ingeniería	2	19	1	1	1	0	0	0	0	1	1	1	0	2
17	Ingeniería	2	18	1	0	1	0	0	0	0	1	0	0	1	1
18	Medicina	2	21	3	0	1	0	0	0	1	1	1	0	0	1
19	Odontología	2	26	4	0	1	0	0	0	0	1	0	0	1	1
20	Odontología	2	21	2	0	1	0	0	0	0	1	1	1	0	2