

871642

# UNIVERSIDAD MADERO

ESCUELA DE PERIODISMO Y COMUNICACIÓN SOCIAL  
INCORPORADA A LA UNAM



La comunicación interactiva y su influencia  
en los adolescentes de 12 a 15 años

## TESIS PROFESIONAL

Que para obtener el Título de :

**Licenciado en Periodismo  
y Comunicación Colectiva**

Presenta

**Vélez Mendoza Fabiola**

Director de Tesis  
Lic. Isabel Beltrán Lerín

m. 3 52138

Puebla, Pue.

Otoño 2005

**“Per Aspera Ad Astra”**



Universidad Nacional  
Autónoma de México



**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.

**ESTA TESIS NO SALE  
DE LA BIBLIOTECA**

A mi amado Señor y Salvador Jesucristo, quien me ama con amor eterno y guía mis pasos por sendas de justicia.

A mi esposo Ricardo y a mis dos pequeños hijos Richi y Danny, por darme su amor, comprensión y su valioso tiempo a lo largo de esta investigación.

A mis amados padres que me apoyan día a día con sus oraciones y a mis hermanos Beli, Marco y Mundo, quienes son mi ejemplo de constancia y tenacidad.

Autorizo a la Dirección General de Bibliotecas de la UNAM a difundir en formato electrónico e impreso el contenido de mi trabajo recepcional.

NOMBRE: Fabiola Velez  
Herrera  
FECHA: 20/11/2005  
FIRMA: [Signature]

A mi suegro Ricardo, por su apoyo constante e incondicional.

A mi amiga y hermana en Cristo Rayito, quien ha estado conmigo en los momentos más felices y difíciles de mi vida.

A Marina Jassí por su incondicional amistad.

## AGRADECIMIENTOS

Agradezco a la Licenciada Isabel Beltrán Lerín por su supervisión y apoyo lo largo de esta investigación.

A Mauricio y a Lulú Fernández que me apoyaron durante este tiempo.

A todas las personas que estuvieron involucradas en este trabajo.

## Resumen

La finalidad de esta investigación fue determinar en qué medida la comunicación interactiva influye en el comportamiento de los adolescentes de 12 a 15 años, respecto a sus relaciones con los demás. Se estudiaron 382 adolescentes del Municipio de Puebla que tenían entre 12 y 15 años de edad; estudiantes de secundaria, sexo y estrato social indistintos. Se utilizó el método descriptivo y se aplicó un cuestionario de 12 preguntas cerradas que se respondió en un tiempo máximo de 10 minutos. Los resultados obtenidos mostraron que los adolescentes son usuarios frecuentes de las computadoras, lo que los ha llevado a establecer relaciones interpersonales a larga distancia por medio de la Internet. Se encontró que la comunicación interactiva se está volviendo una práctica común entre los adolescentes, aunque se pudo precisar que su grado de influencia es relativamente bajo si se le compara con los resultados obtenidos en algunos países industrializados. Se proponen algunas medidas para que los chicos inviertan su tiempo en actividades que beneficien su desarrollo integral.

## ÍNDICE

Dedicatorias	i
Agradecimientos	ii
Resumen	iii
Índice	iv
Lista de Figuras	vi
Lista de Gráficas	vii
CAPÍTULO I INTRODUCCIÓN	1
1.1 Planteamiento del Problema	3
1.2 Importancia de la investigación	4
1.3 Objetivo General	6
1.4 Objetivos Específicos	6
1.5 Hipótesis	6
1.6 Limitaciones del Estudio	7
1.7 Organización del Estudio	8
CAPÍTULO II REVISIÓN DE LA LITERATURA	11
2.1 La Comunicación Humana	11
2.1.1 ¿Qué es la Comunicación?	11
2.1.2 Los Modelos de Comunicación	13
2.1.3 Elementos de la Comunicación	18
2.1.4 La Comunicación Mediada	20
2.2 La Comunicación Interactiva	23
2.2.1 ¿Qué es la Interactividad?	23
2.2.2 La Nueva Era de la Comunicación	24
2.2.3 Las Modernas Computadoras como Instrumentos de Comunicación	26
2.2.4 Efectos de la Comunicación Interactiva en la Sociedad	27
2.3 La Internet	31
2.3.1 ¿Qué es la Internet?	31
2.3.2 Orígenes de Internet	32
2.3.3 Las Nuevas Tecnologías de la Comunicación y las Relaciones Interpersonales Mediadas	33
2.4 La Adolescencia	35
2.4.1 ¿Qué es la Adolescencia?	35
2.4.2 Los Adolescentes y la Sociedad	36

CAPÍTULO III METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	39
3.1 Sujetos	39
3.2 Material	41
3.3 Procedimiento	42
CAPÍTULO IV ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS	45
CAPÍTULO V DISCUSIÓN	
5.1 Conclusiones	55
5.2 Recomendaciones	55
	59
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	61
DEFINICIÓN DE TÉRMINOS	63
ANEXO	



## Lista de Figuras

Figura 1. Esquema Básico de la Comunicación	13
Figura 2. Modelo de Comunicación de Laswell	14
Figura 3. Modelo de Comunicación de Shannon y Weaver	14
Figura 4. Modelo de Comunicación de Wilbur Schramm	15
Figura 5. Modelo Circular de Comunicación Personal	17
Figura 6. Modelo de Comunicación Mediada	22

## Lista de Gráficas

Gráfica 1. Primera Pregunta	45
Gráfica 2. Segunda Pregunta	46
Gráfica 3. Tercera Pregunta	47
Gráfica 4. Cuarta Pregunta	48
Gráfica 5. Quinta Pregunta	48
Gráfica 6. Sexta Pregunta	49
Gráfica 7. Séptima Pregunta	50
Gráfica 8. Octava Pregunta	51
Gráfica 9. Novena Pregunta	52
Gráfica 10. Décima Pregunta	53
Gráfica 11. Décimo primera Pregunta	54
Gráfica 12. Décimo segunda Pregunta	54

## CAPÍTULO I

### INTRODUCCIÓN

Con el inminente e inevitable avance científico de las últimas décadas, se han sentado las bases para la conformación de una sociedad inmersa cada vez más en el desarrollo tecnológico. El uso de las nuevas tecnologías está presente en casi todos los aspectos de la vida humana. Las personas se relacionan con ellas en el hogar, en la calle, en el trabajo, en la escuela y en cualquier lugar.

El desarrollo tecnológico le ha permitido al hombre lograr avances significativos en todas las áreas del quehacer científico. Desde que el ser humano inventó la escritura, la agricultura, el comercio y la industria, entre otros, no ha dejado de crear y desarrollar nuevos inventos que han dado como resultado el mundo que actualmente le rodea. Pero con la Revolución Industrial de los siglos XVIII y XIX esa capacidad de creación e inventiva se ha multiplicado de manera considerable, pues en tan solo algunos años se ha logrado lo que durante siglos parecía imposible alcanzar.

Los seres humanos se pueden transportar por cielo, tierra y mar en tiempos relativamente cortos, e incluso viajar por el espacio exterior; pueden ver el funcionamiento de sus órganos internos por medio de aparatos de ultrasonido y aún pueden vivir con órganos ajenos e incluso artificiales; pueden estudiar el firmamento y cada uno de sus elementos; crear máquinas que facilitan y simplifican el trabajo y un sinfín de cosas aún inimaginables. El gran avance científico corre a pasos agigantados sin que nadie pueda evitarlo. De este desarrollo tecnológico se parte en la presente investigación para abordar el significativo cambio en la forma de

comunicarse.

Si al principio de la vida humana la comunicación entre los hombres era rudimentaria, es decir, hablada y escrita en sus formas y medios más elementales, hoy en día, la comunicación se da de forma tan natural aún a miles de kilómetros de distancia y por distintos medios, que parece imposible pensar que pueda haber personas incomunicadas en el mundo.

Cuando se habla de nuevas tecnologías, inevitablemente se piensa en el ámbito de las comunicaciones; sin lugar a dudas, la mente humana hace referencia al mundo de las computadoras y todo lo relacionado con ellas. La radio, la televisión, el teléfono y ahora las computadoras son los medios electrónicos de comunicación más utilizados por las sociedades modernas. De hecho no se puede pensar en una sociedad sin avances científicos y mucho menos sin desarrollo tecnológico. El mundo moderno demanda cada vez más el uso de estos aparatos para poder mantenerse a la vanguardia.

En la actualidad los niños desde muy pequeños conocen el funcionamiento de los medios, es más, para ellos siempre han existido y no pueden concebir el mundo que les rodea sin su presencia. Se dice que los niños de ahora son más inteligentes que los de hace algunos años, sin embargo, sería más correcto decir que los niños modernos son bombardeados con tal cantidad de información como nunca antes se había visto, que parecen ser más inteligentes pero sólo están más informados. Cuando llegan a la adolescencia su conocimiento es tal que a los adultos les parece que poco a poco los superan.

Uno de los frutos más importantes de la investigación científica se ha dado en las comunicaciones, principalmente en el campo de la electrónica con las computadoras y el uso de la Internet. Por medio de ésta se puede comprar, vender, investigar, estudiar, divertirse y comunicarse con una o más personas alrededor del mundo. El uso del

Chat y del correo electrónico (e-mail) incrementa día con día en todos los rincones del planeta y, esta investigación aborda su influencia en los adolescentes de 12 a 15 años de edad.

Millones de computadoras alrededor del mundo conectadas a Internet son usadas diariamente por adolescentes inquietos que pretenden ir más allá de lo que tienen a su alrededor. Conocen gente de todo tipo y nacionalidad, bajan información, música, videos, juegan con otros participantes y pueden permanecer horas frente a una máquina si no hay quien los controle.

Los países más industrializados del mundo ya cuentan con clínicas que tratan las adicciones provocadas por el uso abusivo de la Internet y de los videojuegos. En México se deben tomar ciertas medidas antes de que el uso desmedido de la red se salga de control.

En esta investigación se aborda la influencia que la comunicación interactiva que se da por medio de las computadoras y de la Internet tiene sobre los jóvenes adolescentes de 12 a 15 años de edad; es sorprendente observar cómo este fenómeno se extiende entre las nuevas generaciones y cada vez más ocupa su tiempo, su relación con sus familias, amistades y absorbe sus estudios.

### 1.1 Planteamiento del Problema.

La presente investigación aborda la influencia que la comunicación interactiva ejerce en los adolescentes que tienen entre 12 y 15 años de edad. Abordar el estudio de la comunicación interactiva y la influencia que ejerce en los adolescentes, responde a la importancia que se le está dando a este tema en el entorno global de la sociedad.

Con la finalidad de contribuir al uso consciente de la comunicación interpersonal cara a cara por parte de los adolescentes y que la comunicación interactiva no afecte sus relaciones con las personas que les rodean, esta investigación se inserta en el

campo de la comunicación interpersonal, misma que se ve afectada por el uso cotidiano y gradual de las nuevas tecnologías de la comunicación, específicamente la Internet.

La incorporación de la comunicación interactiva en el desarrollo social responde a la imperiosa necesidad de modernizarse, sin embargo, es necesario precisar el grado de influencia que este tipo de comunicación ejerce en la formación de las nuevas generaciones. De este modo, el planteamiento del problema se formula de la siguiente manera:

¿ En qué medida influye la comunicación interactiva en el comportamiento de los adolescentes de 12 a 15 años de edad, respecto a sus relaciones con los demás ?

Para tal efecto se pretende investigar lo siguiente:

- ¿Qué lugar ocupa la comunicación en la sociedad actual?
- ¿De qué modo se relaciona la comunicación interactiva con la sociedad?
- ¿Cómo se relacionan y comunican los adolescentes de 12 a 15 años hoy en día?
- ¿Cómo conciben los adolescentes de 12 a 15 años su entorno social?
- ¿Qué tipo de actividades de comunicación son las que más practican los adolescentes de 12 a 15 años cuando se conectan a la red?

## 1.2 Importancia de la Investigación.

En los últimos años se ha puesto de manifiesto lo que es, sin lugar a dudas, uno de los principales temas de la actualidad: la comunicación interactiva en la sociedad. Ésta, se presenta en casi todos los aspectos del entorno social: se emplea para estudiar, chatear, escribir, buscar información, comprar y vender y hasta para el entretenimiento.

Los medios de comunicación han influido de manera decisiva en la conformación de una sociedad globalizada, a tal grado, que han jugado un papel determinante en las

relaciones humanas. De esta postura se parte en la presente investigación para analizar cómo la comunicación interactiva, propia del siglo XXI, repercute en la forma en que se relacionan las personas.

La urgente necesidad por modernizarse ha hecho que la sociedad consuma productos multimedia; tal parece que el número de computadoras y el uso de la Internet indican el grado de desarrollo de un país, e incluso su capacidad de intelecto.

La sociedad del siglo XXI o sociedad de la información, como muchos la han denominado, ha sido configurada por los modernos medios de comunicación e información. Gracias al uso de las computadoras, la vida cotidiana cambia de manera significativa; comprar, vender, estudiar, trabajar y hasta divertirse ya no es como antes.

La nueva revolución de la información y comunicación ha dado lugar a un nuevo concepto de sociedad y a un nuevo modelo de comunicación. Castells (1997) señala que tecnología es sociedad. Sería inútil tratar de ignorar la presencia de la comunicación interactiva en las vidas de los seres humanos, en el trabajo, en la diversión, en la cultura, en el estudio, en el deporte, etc.

La interactividad es un concepto relativamente nuevo, pero en gran medida utilizado. Esta palabra tiene gran variedad de significados y su uso es fundamental cuando se habla de la Internet. En la interactividad comunicativa, las posibilidades de comunicación y expresión son innumerables, así, el usuario puede intercambiar información con otros individuos o solamente expresar una opinión sin buscar el contacto multidireccional con otras personas (Rost, 2004).

Cabe aclarar y hacer énfasis, que esta investigación no se centra en el mundo de las computadoras, sino en uno de tantos aspectos relacionados con ellas, la comunicación interactiva en el entorno social.

Esta nueva revolución tecnológica ha transformado la vida social, por tal razón, no se debe perder el sentido humano de la comunicación, misma que debe ser objetiva y transparente, pero por encima de todo, no se debe perder la comunicación sujeto-sujeto, de modo que no se convierta en comunicación sujeto-máquina.

Para encarar el siglo XXI es necesario asumir las innovaciones tecnológicas, sin embargo, debe asumirse con responsabilidad, de tal forma que el ser humano no se convierta en parte de la tecnología, como un ente pasivo y receptivo, sino que esta innovación le permita a la humanidad convertirse en seres productivos, responsables y verdaderos ciudadanos con capacidad de convivir fraternalmente.

### 1.3 Objetivo General.

Analizar la influencia que la comunicación interactiva ejerce en los adolescentes que tienen entre 12 y 15 años de edad.

### 1.4 Objetivos Específicos.

- Analizar la relación entre comunicación interactiva y la sociedad actual.
- Determinar si la comunicación interactiva facilita o no las relaciones sociales.
- Determinar las funciones que los adolescentes de 12 a 15 años le asignan a la Internet.
- Reflexionar sobre el valor de la comunicación como una función eminentemente humana y no sólo tomarla como un recurso de interacción entre personas y máquinas.

### 1.5 Hipótesis.

La hipótesis de esta investigación se formula así:



"El uso de la comunicación interactiva influye en las actitudes y relaciones que los adolescentes de 12 a 15 años de edad tienen con los demás".

La variable independiente es: "El uso de la comunicación interactiva", y la variable dependiente es: "su influencia en las actitudes y relaciones que los adolescentes de 12 a 15 años de edad tienen con los demás".

### 1.6 Limitaciones del Estudio.

Las investigaciones realizadas en diferentes países del mundo, referentes a la comunicación interactiva y su influencia en la sociedad marcan el punto de partida de esta investigación. Las computadoras son de los instrumentos más utilizados en la actualidad. Se usan en el hogar, en la escuela, en el trabajo, en los negocios, en el gobierno, etc. Su influencia es tal que algunos las llaman "inteligencia artificial" (Sanders, 1990, p.131). Sin embargo el problema a estudiar no son las computadoras sino la comunicación que se utiliza por medio de ellas: la comunicación interactiva.

A lo largo de la historia de la humanidad se han presentado tres grandes revoluciones tecnológicas: la agrícola, la industrial y la de la comunicación e información. La primera se conoció como Revolución Agrícola y se desarrolló en la antigua Mesopotamia durante el periodo Neolítico; la segunda fue la Revolución Industrial de los siglos XVIII y XIX en Inglaterra, cuando se introdujeron las primeras máquinas que ayudaron a acelerar el proceso de producción y, la tercera, la actual, de la comunicación e información. (Cabero, 2001)

Cuando se habla de tecnología de la comunicación, se refiere a cualquier invención creada para facilitar el proceso de la comunicación humana, desde las tablillas de arcilla de los sumerios, hasta las complejas computadoras modernas. La convergencia de las tecnologías de telecomunicación y la computación son el área principal de los avances actuales de las comunicaciones (Fernández, 2001).

Se estima que el motivo por el cual se utilizan cada vez más las computadoras es la comunicación interactiva a través de la Internet. Pero ¿cuáles son las consecuencias que tiene sobre la sociedad la comunicación interactiva? El crecimiento de los servicios que ofrece la red, pone al alcance de los usuarios cualquier tipo de información, de tal modo que las personas pueden interactuar en una sociedad globalizada. Las nuevas tecnologías proporcionan a los individuos los medios para satisfacer sus necesidades, mismas que varían de acuerdo a la cultura y a los sistemas económicos y políticos.

“En la década comprendida entre 1940 y 1950, las teorías sobre los efectos de los medios masivos de comunicación se ampliaron al reconocer que los individuos buscan fuentes alternas de información y por tanto las actividades y conductas son afectadas por fuentes múltiples y no por un solo medio masivo” (Fernández, 2001, p. 365).

Esta investigación implica un análisis sobre la influencia que ejerce la comunicación interactiva en los adolescentes que tienen entre 12 y 15 años de edad. De tal modo que se hace una breve introducción a la comunicación interactiva, su origen, sus medios y sus fines para poder determinar el grado de influencia en este grupo específico de estudio.

Las unidades de análisis son las siguientes: la comunicación humana, sus elementos, sus procesos y la comunicación mediada; la comunicación interactiva y su influencia social; el uso de la Internet y, los adolescentes de 12 a 15 años de edad.

Esta investigación se llevó a cabo en el Municipio de Puebla, Puebla.

### 1.7 Organización del Estudio.

La presente investigación se organiza en cinco capítulos que a continuación se describen brevemente.

En el primer capítulo titulado Introducción se ofrece una visión general de la investigación que consiste en la influencia que la comunicación interactiva ejerce en los adolescentes de 12 a 15 años de edad que viven en el Municipio de Puebla, Puebla y se hace una breve introducción de los planteamientos teóricos de que se parte. En este capítulo también se presentan los Objetivos, la Hipótesis, la Importancia de la Investigación y las limitaciones del Estudio.

El segundo capítulo se titula Revisión de la Literatura y está dedicado a los fundamentos teóricos que respaldan esta investigación y que son: La Comunicación Humana, La Comunicación Interactiva, La Internet y La Adolescencia.

El tercer capítulo que lleva por nombre Metodología, ofrece la descripción del proceso de investigación, es decir, el método utilizado, los sujetos estudiados, que fueron los adolescentes de 12 a 15 años de edad que viven en el Municipio de Puebla, Puebla; el material utilizado fue un cuestionario y el procedimiento que se siguió para llevar a cabo el trabajo de campo; también se presentan las fórmulas utilizadas para determinar el tamaño de la muestra y el procedimiento para procesar la información obtenida con el fin de analizar e interpretar los resultados.

En el cuarto capítulo denominado Análisis e Interpretación de los Resultados se dan a conocer los resultados de esta investigación y su respectiva interpretación después de procesar la información obtenida durante el trabajo de campo. Los resultados se presentan en forma escrita y gráfica con la finalidad de exponerlos claramente.

Por último, en el capítulo quinto se ofrecen las conclusiones a las que se llegó en esta investigación después de analizar e interpretar los resultados. Se concluyó que los mismos, hicieron posible alcanzar los objetivos planteados al principio de esta investigación y comprobar la hipótesis correspondiente. Para concluir el presente trabajo, se ofrecen algunas propuestas que pueden ayudar a implementar programas en beneficio de los adolescentes y sus relaciones interpersonales así como la

posibilidad de efectuar en un futuro nuevas investigaciones relacionadas con el tema en otros sectores de la sociedad.

## CAPÍTULO II

### REVISIÓN DE LA LITERATURA

#### 2.1 La Comunicación Humana.

##### 2.1.1 ¿Qué es la Comunicación?

La comunicación es un proceso mediante el cual un emisor transmite un mensaje por medio de signos comunes a un receptor, con una reacción o efecto determinado. Se dice que es un proceso, porque se lleva a cabo en un lapso de tiempo. Se necesitan varios elementos y tiempo suficiente para que ella se realice. (Maldonado, 1996).

Comunicar proviene del vocablo latino *comunicare* que significa "la acción de poner en común" (Maldonado, 1996) es decir, compartir y lo que se comparte es todo tipo de información, a saber: conceptos, ideas, emociones, necesidades, etc. Esa capacidad que tienen los seres humanos para compartir información, les da la posibilidad de adaptarse rápidamente al entorno social. Esa habilidad les permite analizar, planear, investigar, evaluar y desarrollar, entre otras acciones, nuevas concepciones del mundo que les rodea.

A pesar del gran número de definiciones de la comunicación que han surgido a lo largo de su estudio, sorprende la consideración preferente del lenguaje vocal, tanto oral como escrito. (Roda y Beltrán, 1998). Es decir, de todos los sistemas de intercambio de información empleados por el hombre el más importante es la comunicación lingüística. El lenguaje le permite al hombre interactuar con los demás. Cuando dos o más personas interactúan verbalmente, se produce una

situación comunicativa. Para que ésta ocurra deben estar presentes los siguientes elementos básicos:

- (a) emisor, quien emite el mensaje, es decir, la persona o institución que habla o escribe;
- (b) receptor, quien recibe el mensaje, es decir, quien escucha o lee y,
- (c) mensaje, lo que se transmite desde el emisor al receptor, es decir, lo hablado o escrito.

En una situación de diálogo los roles de emisor y receptor se alternan continuamente. Además de estos elementos, es necesario que el emisor y el receptor compartan una misma lengua de manera que el mensaje tenga sentido para el receptor. Al mismo tiempo, el emisor debe tener la intención de comunicar, el receptor debe estar dispuesto a recibir y comprender el mensaje y debe existir un medio físico que permita que el mensaje viaje de uno a otro (Canal). Según Paoli (1999) el hombre requiere de experiencias comunes y ricas para que la comunicación sea exitosa.

Existen, entonces, dos formas de comunicación lingüística: la comunicación oral y la comunicación escrita.

Comunicación Oral: se produce cuando se conversa, se escucha la radio, se ve televisión, se habla por teléfono, etc.

Comunicación Escrita: requiere de un texto impreso o manuscrito. Sólo pueden acceder a ella quienes saben leer y escribir. Se produce cuando se lee un cuento, se siguen las instrucciones de un manual, se escribe una carta, etc.

Aunque la comunicación está presente en los seres vivos, es el ser humano quien ha desarrollado las formas más complejas de intercambiar mensajes. Fue por eso que a mediados del siglo XX, surgió entre los teóricos de la comunicación la necesidad de elaborar modelos que pudieran explicar su proceso. (Fernández, 2001).

### 2.1.2 Los Modelos de Comunicación.

A lo largo del estudio de la teoría de la comunicación se han elaborado diferentes modelos o esquemas comunicativos. Es decir, representaciones simbólicas de la realidad, que tienden a especificar exclusivamente los elementos que su autor considera más relevantes para explicar el proceso de comunicación. (Cabero, 2001).

En el esquema básico de la comunicación se tiene, un emisor, un mensaje y un receptor. (fig. 1). El emisor es la persona que inicia el proceso; el mensaje es la información o idea a transmitir; y el receptor, es el destinatario del proceso; y los códigos constituyen el conjunto de signos que le permiten al emisor transmitir el mensaje, de manera que el receptor pueda entenderlo.

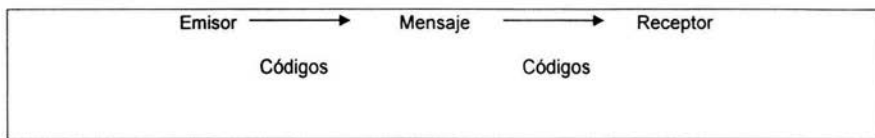


Figura 1. Esquema básico de la comunicación (Cabero, 2001.p. 197)

Sobre este modelo básico inicia sus trabajos en los años treinta el especialista estadounidense Harold Lasswell, (Fernández, 2001) quien, para estudiar el esquema de la comunicación partía de las siguientes preguntas:

- (a) ¿quién?
- (b) ¿dice qué cosa?
- (c) ¿por qué canal?
- (d) ¿a quién?
- (c) ¿con qué efecto?

Como se puede observar, se introducen dos elementos más a los tradicionales de emisor, mensaje y receptor: los conceptos de canal y efectos (fig. 2).

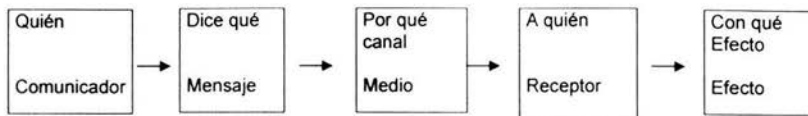


Figura 2. Modelo de comunicación de Laswell. (Lucas et al., 1999. p. 69)

Uno de los modelos contemporáneos más utilizado fue el desarrollado por el matemático Claude Shannon en 1947 y puesto al alcance de todo el público por Warren Weaver. No se referían a la comunicación humana, hablaban de comunicación electrónica, de analizar la comunicación desde el punto de vista técnico, es decir, en el campo de la ingeniería comunicativa. El principal motivo de este modelo fue optimizar la transmisión del mensaje y disminuir las posibles distorsiones e interferencias. (Cabero, 2001). Sin embargo hubo científicos de la conducta que descubrieron que el modelo de Shannon y Weaver resultaba útil para describir la comunicación humana. (Berlo, 1996).

Claude Shannon publica en la década de los cuarenta su Teoría de la Información, mientras que Warren Weaver elabora la Teoría Matemática de la Comunicación. Las propuestas de estos dos autores dan lugar al conocido modelo comunicativo informacional de Shannon-Weaver de 1949, que se representa en la figura 3.

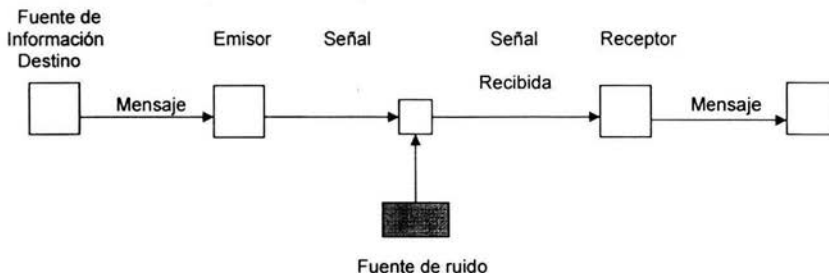


Figura 3. Modelo de comunicación de Shannon y Weaver (Lucas et al., 1999. p. 71)



En este modelo, la fuente transmite un mensaje codificado a través de un canal a un destinatario que lo recibe previa decodificación. El principal problema que se presenta es el ruido que impide una perfecta transmisión. La comunicación se considera un éxito en la medida en que la información que recibe el receptor se asemeja a la que se envía originalmente. Para esto hay que minimizar los posibles ruidos e interferencias. Shannon introduce la idea de redundancia, que él entiende como la forma de luchar contra los ruidos. Con base en el modelo de Shannon y Weaver, Wilbur Schramm elaboró su propio esquema de comunicación interpersonal, mismo que se presenta en la figura 4.

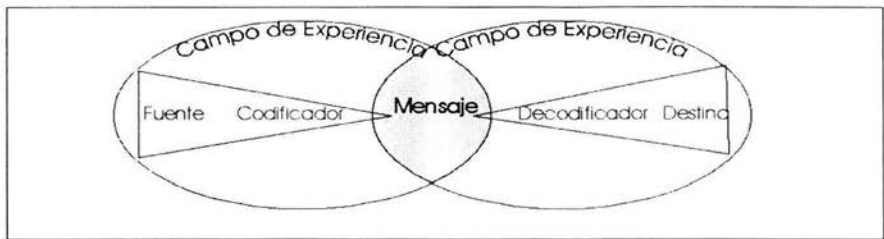


Figura 4. Modelo de comunicación de Wilbur Schramm. ( Cabero, 2001. p. 205 )

Para Schramm, la comunicación es un proceso que viene determinado por el establecimiento de relaciones entre las personas y para ello es necesario que existan como mínimo tres componentes: la fuente, el mensaje y el destino. (Cabero, 2001). La fuente, puede ser una persona, una institución de comunicación social, una televisora, cualquier medio impreso o una emisora de radio. El mensaje, puede ser verbal o no verbal. Y el destino es la persona o personas que reciben el mensaje.

Schramm pone de manifiesto que en la comunicación interpersonal lo verdaderamente importante es el campo de la experiencia del emisor y el receptor, ya que la comunicación sólo será posible si el campo común de la experiencia permite comprender el mensaje.

El receptor forma parte de distintos grupos sociales. En la comunicación social, el mensaje lo recibe a través de un medio que lo convierte en parte del público y, como tal, el receptor determina el alcance e influencia que el mensaje pueda tener en él. (Cabero, 2001).

En los modelos anteriores, también denominados esquemas lineales, se ha considerado al receptor como un sujeto pasivo, pero más allá del transporte unidireccional de información no debe perderse de vista que existe un proceso de ida y vuelta de ésta. La relación de dos personas que se comunican no se puede reducir a una secuencia rectilínea; se expresa mejor de una manera circular, en la que desaparece en buena parte la distinción entre emisor y receptor. (Lucas et al., 1999).

El modelo circular de comunicación subraya que hay que prestar una especial atención al movimiento tanto de ida como de vuelta de la información, pues no hay realmente comunicación si el receptor no se siente afectado por el mensaje. La relación que se establece entre dos personas al comunicarse debe tener en cuenta las siguientes relaciones específicas:

- (a) La relación social establecida entre ambos sujetos.
- (b) La influencia de las anteriores comunicaciones establecidas.
- (c) El *role taking*.
- (d) El *feedback*.

La figura 5 muestra un Modelo circular de comunicación con las cuatro relaciones que señalan básicamente la circularidad.

Este esquema general del proceso comunicativo nos precisa cómo en la comunicación entre dos personas hay que tener en cuenta la relación social establecida previamente, es decir, ambos sujetos conocen sus roles, los cuales definen su conducta establecida por la sociedad y de la que los sujetos difícilmente

pueden prescindir.

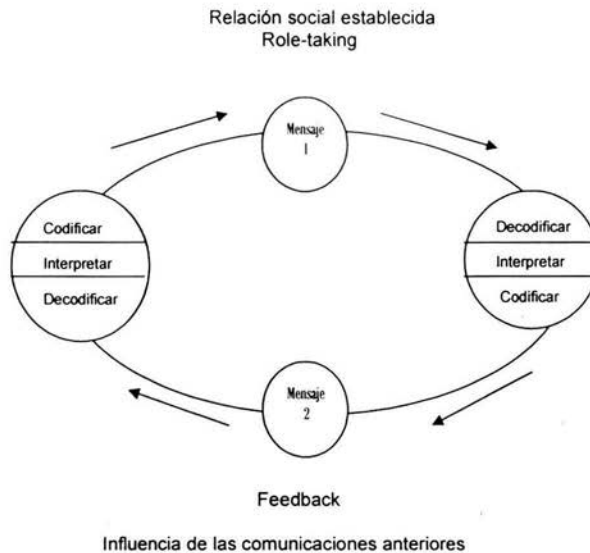


Figura 5. Modelo circular de comunicación personal. (Lucas et al., 1999, p. 73)

La comunicación actual entre los sujetos tiene en cuenta las comunicaciones anteriores establecidas entre ambos, éstas, también deben interpretarse.

El role-taking supone que el emisor puede prever el efecto de la comunicación por él iniciada sobre el receptor. Toma imaginativamente el papel del otro antes de transmitir la información y actúa en consecuencia.

El feedback, expresión inglesa que ha sido traducida como retroalimentación, es la información de vuelta recibida por el emisor como resultado del envío de un mensaje que afecta al receptor. De esta manera el feedback permite una cierta autorregulación de la actividad del emisor. (Lucas et al. 1999).

Los esquemas circulares rompen con la distinción entre emisor y receptor de los modelos lineales de comunicación y se adaptan mejor a la comprensión de las

relaciones personales cara a cara.

### 2.1.3 Elementos de la Comunicación.

Para analizar los elementos comunicativos, tradicionalmente se ha partido del modelo de Shannon y Weaver. Éste ha contribuido a conformar la teoría de la comunicación. A continuación se analizarán los componentes de este proceso.

Emisor. Es la persona que proporciona la información, que comunica. En comunicación mediada se puede considerar emisor al autor de un libro, al redactor de una nota periodística, al guionista de una película, etc.

Receptor. Es el destinatario del mensaje, quien recibe la información. Al igual que el emisor, el receptor puede ser un individuo o un grupo de personas. Según Roda y Beltrán (1998) es el elemento que capta las señales.

Mensaje. Es el contenido de la comunicación. Se puede distinguir también entre contenido y forma del mensaje. Contenido se entiende como 'lo que se dice' y forma el 'cómo se dice'. Los mensajes deben ser significativos y para estructurarlos se requiere suficiente competencia en el uso de algún sistema de signos.

Códigos. Estos elementos son necesarios para que se realice el acto comunicativo. Se trata de un conjunto de signos que le permiten al emisor transmitir el mensaje, de manera que el receptor pueda entenderlo. (Berlo, 1996). Para que se produzca comunicación es necesario que tanto el emisor como el receptor manejen el mismo código. El más común es el idioma, pero existen otros que se utilizan a diario y se pueden distinguir entre lingüísticos y no lingüísticos. Los primeros son los que necesitan del lenguaje, ya sea oral o escrito, de modo que a su vez se dividan en código lingüístico oral, si utiliza el lenguaje hablado y lingüístico escrito, si lo que utiliza es la escritura.

Los segundos son aquellos que no necesitan del lenguaje. No requieren de un

idioma determinado para ser capaces de transmitir el mensaje. Para que éstos sean útiles, tanto el emisor como el receptor deben saber sus significados, pero no tienen que saber leer ni escribir. Ello se debe a que estos códigos, como no utilizan el lenguaje, no son escritos ni orales.

Los códigos no lingüísticos se dividen a su vez en no lingüístico visual, no lingüístico gestual y lingüístico auditivo.

Código no lingüístico visual: se transmite a través de la vista. Para captar el mensaje, el receptor debe ver la señal que el emisor le envía. No se debe confundir ver con leer. Un ejemplo típico de código no lingüístico visual es el de la mayoría de las señales de tránsito.

Código no lingüístico gestual: en éste, el emisor transmite sus mensajes a través de gestos, utilizando su cuerpo. Ejemplos de código no lingüístico gestual son el lenguaje de los sordomudos y la pantomima.

Código no lingüístico auditivo: también se le llama código no lingüístico acústico. Se transmite través del oído, es decir, el receptor debe escuchar la señal para recibir y entender el mensaje. Se puede encontrar en las campanas de una iglesia y en las sirenas de una ambulancia.

Canal. Aunque es un elemento de la comunicación al que numerosos autores hacen referencia, no todos coinciden en su significado. Según Berlo (1996), es el vehículo para transportar el mensaje. Para algunos puede ser la voz humana, la cinta magnética, la radio, una revista, etc.

Medio. La transmisión del mensaje se realiza a través de instrumentos o medios como la televisión o un libro. La comunicación interpersonal puede llevarse a cabo de diversas formas. Si dos personas hablan cara a cara, por medio de su voz, sin utilizar ningún medio técnico se dice que se trata de una comunicación directa.

Si esas personas hablan por teléfono, la comunicación entonces es mediada.

(Lucas et al. 1999).

Ruido. Se considera como tal a cualquier perturbación en la transmisión del mensaje. (Roda y Beltrán, 1998). Diversas circunstancias que le pueden impedir al emisor comunicarse adecuadamente pueden ser consideradas como ruido. Éste sería también la dificultad de interpretación derivada de una mala codificación o decodificación por desconocimiento del código.

Retroalimentación. Con este término, equivalente al anglosajón *feedback*, se define la información de retorno al emisor. En su forma más simple y directa sería la respuesta del interlocutor, tal y como se produce en una conversación cara a cara, pero, también puede ser cualquier dato o información que le sirva a la fuente para conocer el grado de comprensión y los efectos de su mensaje.

En la comunicación, todos los elementos son importantes y absolutamente imprescindibles. Si cualquiera de ellos faltara, el proceso quedaría incompleto y aquella no se realizaría. Si se produce una situación comunicativa es porque algo se ha transmitido.

#### 2.1.4 La Comunicación Mediada.

Como ya se mencionó anteriormente en los elementos de la comunicación, un medio es un instrumento por el cual se transmite cualquier tipo de información. Su utilización es tan antigua como la sociedad misma. Por ejemplo, las formas tradicionales de comunicación son la escritura y la imprenta; la primera, es la manera clásica empleada históricamente para la transmisión de las ideas, aunque los avances tecnológicos dieron lugar al nacimiento y perfección de la imprenta. Ambos pueden ser considerados como tecnologías, ya que ejemplifican cómo ciertos componentes del entorno se han combinado con el conocimiento para prolongar los mensajes. (Fernández, 2001).

Pero además de la mediación a través de la escritura, existen otros procedimientos donde se utilizan la imagen y el sonido. También son considerados medios tradicionales de comunicación la fotografía, el telégrafo, el teléfono, el fonógrafo, la radio, el cine y la televisión, o las redes de computadoras, todos son un complemento de la comunicación personal.

Desde la segunda mitad del siglo XX, el hombre se ha desenvuelto en la llamada sociedad de la información (Lucas et al., 1999), porque se dedica más a la elaboración y transmisión de mensajes que a los procesos productivos. En este tipo de sociedad lo verdaderamente importante es la ampliación de la capacidad comunicativa, es decir, han incrementado los números de emisores, receptores y mensajes. Esta ampliación se debe, en gran medida, a la utilización de las tecnologías informáticas.

El crecimiento de la capacidad de la comunicación sólo es posible si se realiza a través de los medios técnicos que pueden ampliar, multiplicar y hacer llegar los mensajes a un mayor número de receptores.

Según Lucas et al. (1999), es necesario recordar que los medios no son sólo dispositivos que mueven la información a distancia, de modo que se haga posible la comunicación entre personas alejadas, sino que alteran de alguna forma el sistema comunicativo. Dicho de otro modo, los medios modifican el proceso de comunicación cara a cara. Estos cambios tienen que ver con la modificación de la relación social emisor-receptor-mensaje, por las nuevas relaciones emisor-medio y medio-receptor.

La utilización de los medios cambia el modelo de comunicación empleado, en la medida en que se considera necesario fijar como adecuada una distancia entre emisor y receptor. En la adaptación del mensaje al medio, aparecen nuevas codificaciones y decodificaciones que tienen que ver con el propio medio utilizado. La anterior secuencia de la comunicación cara a cara, emisor-codificación-mensaje-

descodificación-receptor (E-C-M-D-R) se transforma en E-C-M (C'-m-D')-D-R. Se podría pensar que el entorno de la transmisión del mensaje se complica, haciéndose necesaria una nueva adaptación del receptor y del emisor al medio (m) con las correspondientes nuevas codificación (C') y decodificación (D'), de manera que se siga manteniendo la correspondencia entre lo que deseaba emitir el emisor y lo recibido por el receptor o receptores. (Lucas et al., 1999, p. 83). En la figura 6 se muestran gráficamente estas ideas.

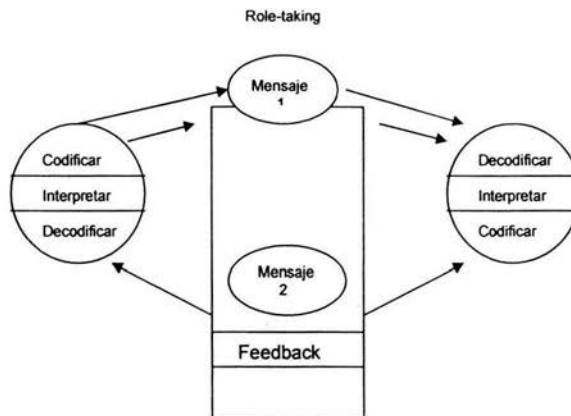


Fig. 6. Modelo de la comunicación mediada. ( Lucas et al., 1999 )

La comunicación natural tradicional poco a poco se extiende a los medios que permiten los avances de la tecnología. En función de los objetivos de la mediación se está ante los medios personales y los sociales o de masas. De los primeros, los más utilizados en la actualidad son: la carta, el informe, el teléfono, el fax, las redes de computadora y el correo electrónico. Los medios clásicos de comunicación social son: los libros, la prensa, el cine, la radio y la televisión. En resumen, en la comunicación mediada se emplean elementos tecnológicos en los que está inmersa la transmisión del



mensaje, lo que supone: a) separación física entre emisor y receptor; b) utilización de elementos tecnológicos para el contacto; c) el material expendido lo puede reforzar el medio; d) no hay ajuste continuo en la comunicación; e) se puede retrasar fácilmente la transmisión. (Lucas et al., 1999).

Sería difícil concebir a la sociedad contemporánea sin los medios de comunicación. Su empleo se ha ido generalizando al grado de determinar el nivel de modernidad de una sociedad.

## 2.2 La Comunicación Interactiva.

### 2.2.1 ¿Qué es la Interactividad?

La interactividad es un concepto de uso extendido, sobre todo en lo que se refiere al mundo de las computadoras y de la Internet. A pesar de la juventud del concepto, ya en la década de los 80 era una palabra mítica y maltratada. (Holtz-Bonneau, 1986, p. 85). Es decir, se han puesto de manifiesto la disparidad de acepciones que presenta y las dificultades que genera su definición.

El origen de esta palabra, está vinculado con la creación de la informática y de la telemática. Desde este campo la interactividad es vista como la capacidad de las computadoras por responder a los requerimientos de los usuarios. Sin embargo también se le vincula con la comunicación, aunque siempre relacionando ambas disciplinas.

Los medios tradicionales de comunicación permiten cierto grado de interactividad. El teletexto, el videotexto y la Internet han originado el uso del concepto debido a las opciones selectivas y comunicativas que presentan. Particularmente la interactividad está asociada en primer lugar, a la convergencia de tres sectores: telecomunicaciones, informática y medios de comunicación. En segundo lugar, está vinculada con la digitalización de los contenidos en los nuevos medios, casi a la velocidad del

pensamiento (Codina, 2000). En tercer lugar, la interactividad se relaciona con un flujo de los mensajes diferente al que plantean los medios de comunicación tradicionales. El flujo es ahora bidireccional, esto quiere decir, que los individuos preguntan y el sistema les responde.

En las ciencias de la comunicación, el término interactividad comenzó a utilizarse en forma incipiente en los años 70, con la creación de los servicios de televisión interactiva, teletexto y videotexto, que fueron marcando el camino para un nuevo modelo de comunicación que venía a cuestionar el flujo unidireccional que producían los modelos tradicionales. (Holtz-Bonneau, 1986).

Durante los años 80, el término interactividad cobró mayor relieve en los estudios de comunicación. Surgieron entonces las primeras definiciones del concepto e incluso las primeras investigaciones que intentaron abordarlo y medirlo en sus distintos grados.

A partir de los años 90, el uso del término interactividad tomó un nuevo impulso con el rápido crecimiento de los servicios de la Internet y particularmente, con la creación de la World Wide Web (www). (Zeta, 2002).

Llegando a este punto se puede definir a la interactividad como la capacidad gradual y variable que tiene un medio de comunicación para darle a los usuarios un mayor poder tanto en la selección de contenidos como en las posibilidades de expresión y comunicación. (Rost, 2004).

### 2.2.2 La Nueva Era de la Comunicación.

Hoy en día el hombre vive una época en la cual la mayor parte del desarrollo tecnológico se ha realizado en un período muy corto, como jamás había ocurrido antes en la historia de la humanidad. Casi todos estos avances tecnológicos se deben al auge de la electrónica que se inició durante la Segunda Guerra Mundial y que se

aceleró años después debido a los programas de exploración espacial durante la segunda mitad del siglo XX. Estas tecnologías dieron como resultado la comunicación vía satélite, la distribución de mensajes por cables o microondas, grandes adelantos en televisión, nuevas formas de emisión de radio, aparatos de cintas de video y videodiscos, así como sistemas de distribución de televisión por cable y, por supuesto, la computadora electrónica. (Fernández, 2001).

La mayoría de los avances tecnológicos en la comunicación electrónica se han realizado principalmente en tres campos: el primero consiste en mover señales de un lugar a otro mediante los sistemas de comunicación; otra área de aplicación se encarga de almacenar información altamente compacta, eficiente y fácil de recuperar, a través de los discos de computadoras, y, por último, la conectividad de la computadora electrónica representa una importante línea de desarrollo.

Aunque la comunicación es un problema de la humanidad muy antiguo, la irrupción de nuevas tecnologías ha modificado su posición de forma considerable, de tal modo, que ésta ha resultado ser cada vez más eficaz. De pronto, su amplitud técnica ha sustituido la dimensión humana y social, hasta el punto de que muchos ven a futuro una sociedad en la que se solucionará la mayoría de los males de la humanidad. (Wolton, 2000).

Simultáneamente al movimiento de tecnificación, se ha desarrollado otro aspecto importante de la comunicación humana, relacionado con la libertad de información que ha hecho de aquella uno de los grandes valores de la sociedad.

Está en el centro de la modernidad y es fundamental por tres razones: porque presupone la existencia de seres libres para los cuales la libertad de informar y de comunicar constituyen el eje de todas las relaciones sociales y políticas, porque debe gestionar permanentemente la autonomía individual y la igualdad de todos y, finalmente

porque es la condición necesaria para que haya democracia de masas. (Fernández, 2001).

La nueva era de la información no sólo se trata de avances tecnológicos, ni de un mercado en plena expansión, sino también de un valor esencial del patrimonio cultural del hombre, es decir, es necesario revalorar la comunicación como un acto eminentemente humano, que se vale de las nuevas tecnologías para enriquecer el proceso comunicativo.

Aquellas bien pueden cambiar el sentido de la comunicación, el aprendizaje, el trabajo, y podrían asimismo aumentar la calidad de vida en el entorno moderno. Es decir, han alcanzado a todos los públicos, todos los medios sociales y culturales. Así pues, la revolución de la comunicación es, a la vez, un fenómeno más o menos reciente y una realidad adaptada a esta sociedad de masas del siglo XXI.

### 2.2.3 Las Modernas Computadoras como Instrumentos de Comunicación.

Como ya se mencionó anteriormente, los modernos medios de comunicación incluyen a las sofisticadas computadoras, mismas que se han convertido en uno de los instrumentos más utilizados en el intercambio de información.

La primera computadora electrónica fue desarrollada en la década de los cuarenta (Fernández, 2001), por lo tanto, su uso como medio de comunicación es relativamente reciente. Cada vez es más común que las grandes compañías, los gobiernos, las bases militares y hasta los hogares, estén conectados a través de redes de computadoras. Estas redes computarizadas pueden compartir programas e información con facilidad y también establecer sistemas de correo electrónico (e-mail) entre los usuarios.

En muchos países del mundo, las redes de computación son básicas para el acceso a diversos servicios tales como: los sistemas de reservaciones de líneas aéreas y

hoteles, compras de todo tipo, noticias, entretenimiento, deportes, información financiera, cultural, política y médica, entre otros, así como los sistemas de correo electrónico.

Al hacerse común el uso de las computadoras en los países industrializados, su situación como instrumento de comunicación se ha popularizado. Entre sus capacidades está el poder transmitir cualquier tipo de correspondencia o documento. En realidad, la convergencia de las telecomunicaciones y la computación están disponibles para cualquier persona con acceso a una computadora.

Un aspecto especial de las nuevas tecnologías de la comunicación es su naturaleza interactiva, lo cual es posible debido a la introducción de una computadora como elemento de un sistema de comunicación. Sin embargo la tecnología aplicada a la comunicación significa que la diferencia entre los medios de comunicación masiva y la comunicación interpersonal no sólo puede volverse menos importante, sino incluso desaparecer. (Fernández, 2001).

#### 2.2.4 Efectos de la Comunicación Interactiva en la Sociedad.

Siempre han ido de la mano la evolución de las tecnologías de la comunicación y los cambios en la manera de comunicarse. Se sabe que la palabra escrita hizo posible transmitir mensajes a diferentes puntos en el tiempo y en el espacio. El telégrafo eliminó las distancias al transmitir el mensaje humano a la velocidad de la luz. La ventaja del teléfono consiste en que expandió la capacidad de la transmisión alámbrica al incluir la mayor parte de las cualidades de la voz humana. El cine ha permitido capturar imágenes en el tiempo. La radio ha hecho posible ampliar la red de comunicación humana sin cables, y las computadoras han permitido ensanchar la red de comunicaciones de escritos, datos, sonidos e imágenes en dimensiones casi infinitas.

Las nuevas tecnologías han incrementado la disponibilidad de todas las formas de comunicación. Gracias a las modernas redes telefónicas es posible conectarse con una o más personas en cualquier parte del mundo. La radio, la televisión e incluso la prensa escrita han aumentado y mejorado sus servicios, es decir, ya no se permanece estático ante las diferentes situaciones comunicativas, las personas pueden interactuar con los medios electrónicos, venden, compran, participan en programas de debates, reciben información en el momento mismo en que se generan los hechos, y aún pueden emitir opiniones sobre situaciones diversas y expresar sus inquietudes, sin descartar la posibilidad de que los medios masivos sirvan de enlace entre las comunidades y sus autoridades. Se puede ver, entonces, que no faltan alternativas en el contexto de la comunicación personal actual.

El cambio tecnológico reciente de mayor importancia lo ha constituido el uso cada vez más común de las computadoras. En relación a esto, se plantean dos posturas interesantes. La primera es una posición optimista que vislumbra que la comunicación interactiva puede ayudar a los países en vías de desarrollo a alcanzar a Europa Occidental y a Estados Unidos, al permitir que se omita la era industrial y se ingrese directamente a la era de la informática.

El enfoque pesimista respecto a la comunicación interactiva en el desarrollo de las naciones tercermundistas, señala que la misma, aún no se ha aplicado a los problemas de desarrollo de estos países. Desafortunadamente, es posible que sus efectos produzcan mayores diferencias socioeconómicas, por lo menos en el futuro inmediato. (Fernández, 2001).

Las computadoras se están utilizando en todos lados, en los hogares, en las organizaciones, en las escuelas, etc. Nadie puede negar que su uso tiene un considerable efecto sobre los sujetos. La comunicación interactiva beneficia a muchas personas en sus centros laborales, como consumidores de los bienes y servicios y en

sus hogares para trabajar y divertirse. En otras palabras, su uso ha traído ventajas como la planeación y el control en las empresas, mayor eficiencia, mejores servicios, tanto públicos como privados, beneficios recreativos y educativos, mejor obtención de información, beneficios para las finanzas, en las aplicaciones científicas, etc.

Sin embargo también existen los efectos negativos como la dominación de las personas como sociedad y como individuos donde se le da más valor a la eficiencia que a las cualidades más nobles de la vida. (Sanders, 1991).

Por supuesto que el impacto de la comunicación interactiva sobre las diferentes sociedades varía de acuerdo con cada cultura y con los sistemas económicos y políticos del mundo. En realidad existen muchas razones para creer que si se utiliza adecuadamente, se puede lograr una comunicación menos distante que con los medios masivos tradicionales (Fernández, 2001).

Actualmente el uso de las tecnologías de la información y la comunicación constituye un objeto de preocupación y de reflexión para muchos autores, sin embargo aún no se han tomado medidas a favor de su adecuada utilización por parte de los adolescentes. Así pues, uno de los retos más importantes debe centrarse en el estudio de la relación que los chicos establecen con las computadoras y los servicios que ofrecen, ya que generan nuevas culturas y posibilitan el desarrollo de habilidades y formas de construcción del conocimiento (Berríos y Buxarris, 2005).

Dentro del contexto social, la adolescencia mantiene una estrecha relación con la comunicación interactiva debido a que se ha convertido en una poderosa herramienta que les facilita información, competencia en el desarrollo de habilidades y nuevas formas de construir una cultura digital. Este elemento de interacción y socialización, principalmente con personas de su edad abre la posibilidad de compartir aficiones por determinadas actividades, música, cine, modas, deportes, entre otras.

La tendencia a usar las computadoras se da en todas las edades. Sin embargo, en la adolescencia es donde se aprecia un mayor incremento, debido a que las han incorporado de manera habitual a su vida, utilizándolas como instrumentos de interacción, información, comunicación y conocimiento.

En los últimos años se han realizado algunas investigaciones en España que ofrecen datos de interés. Se encontró que un 73.9% de los adolescentes de Barcelona son usuarios de Internet y se conectan aproximadamente cinco días a la semana con un promedio de siete horas, utilizando servicios de mensajería instantánea y Chat, juegos de video y correo electrónico (Berríos y Buxarris, 2005).

Se estima que las cifras aumentarán con el correr del tiempo, lo que indica que la comunicación interactiva se ha extendido en gran medida entre la población adolescente.

Según las investigaciones realizados en los últimos años, los adolescentes consideran a la red como un importante medio de comunicación, pero únicamente para hacerlo con sus amistades. El uso del Chat y el correo electrónico, son actividades regulares que se practican a diario. Los jovencitos utilizan la computadora principalmente para jugar y conversar con sus amigos, bajar música y películas. Una utilidad secundaria es sacar apuntes, escribir trabajos y buscar información relacionada con sus tareas escolares. De hecho, el principal motivo que dan los jóvenes a sus padres para adquirir una computadora e Internet, es contar con mejores herramientas que les ayuden en sus estudios. Sin embargo su principal uso está vinculado con el ocio.

Las computadoras y los servicios que ofrecen otorgan múltiples oportunidades y beneficios; por ejemplo, favorecen las relaciones sociales, el aprendizaje cooperativo, desarrollo de nuevas habilidades y formas de construcción del conocimiento y el



desarrollo de la capacidad de creatividad, comunicación y razonamiento (Castells, 2001).

Ante esta postura favorable del uso de las nuevas tecnologías de comunicación por los adolescentes, existe una dirección opuesta, la cual indica posibles problemas que puede causar su empleo inadecuado, tales como aislamiento, soledad, depresión, adicción, violencia, pérdida de la privacidad y el fomento al consumo.

Lo anterior pone de manifiesto la urgente necesidad de preparar tanto a docentes como a padres de familia en el uso de las computadoras y la Internet, a fin de que éstos puedan promover en los adolescentes el uso adecuado de estos medios.

## 2.3 La Internet.

### 2.3.1 ¿Qué es la Internet?

Internet es una red de redes a escala mundial de millones de computadoras interconectadas con el conjunto de protocolos TCP/IP. Al contrario de lo que se piensa comúnmente, Internet no es sinónimo de World Wide Web. Ésta es parte de aquella, siendo la World Wide Web uno de los muchos servicios ofertados en la red Internet. La Web es un sistema de información mucho más reciente (1995) que emplea la red Internet como medio de transmisión.

Internet, la red global de redes de computadoras, es el motivo por el cual la computadora se utiliza cada vez más para actividades interactivas. (Fernández, 2001). Se estima que desde los años 90 existen en los Estados Unidos 30 millones de personas conectadas a Internet (Negroponte, 1996). A través del mundo en línea de las redes en computadoras se puede participar en conferencias, grupos de autoayuda, educación a distancia y un número indeterminado de actividades en línea.

El número de personas que se conectan a Internet se incrementa de manera acelerada. Socialmente los hombres se relacionan en forma de comunidades

digitales, en las que el espacio físico será relevante y el tiempo desempeñará un papel diferente.

### 2.3.2 Orígenes de Internet.

Internet comenzó como una red de investigación fundada por la Advanced Research Projects Agency (ARPA) del Departamento de Defensa de Estados Unidos, donde se instaló el primer nodo de ARPANET en la Universidad de California en los Ángeles en septiembre de 1969.

A mediados de los años 70, la internetwork ARPANET contenía ya más de 30 universidades, sitios militares y contratistas gubernamentales, y la base de usuarios se abrió para dar entrada a grandes comunidades de investigación en ciencias de la computación. En 1983, la red contaba con algunos cientos de computadoras y unas pocas redes de área local. ( Vaughan, 2002 ).

En 1985, la National Science Foundation (NFS) acordó con ARPA dar soporte a la colaboración de centros de súper computación e investigación en ciencias de la computación a través de ARPANET. NFS fundó también un programa para mejorar la columna vertebral de ARPANET, aumentando su ancho de banda y ramificándose mediante vínculos de sitios internacionales en Europa y el Lejano Oriente.

En 1989, la responsabilidad y administración de ARPANET pasaron de los intereses militares a la orientación académica de NFS, y las organizaciones de investigación y los profesores y estudiantes universitarios se convirtieron en los usuarios más activos de la Internet en continuo crecimiento.

Con el tiempo se fueron incorporando cada vez más empresas y organizaciones privadas a Internet; a mediados de los 90, ésta incluía conexiones con alrededor de 60 países y más de dos millones de computadoras con un promedio superior a 15 millones de usuarios por todo el mundo. El uso comercial y de negocios por el ciber espacio no

fue permitido hasta 1992, pero para aquel entonces el mundo de los negocios se había convertido en la fuerza más pujante en la red. En 2001 había 407,1 millones de usuarios, lo que representaba un 6.71% de la población mundial. (Vaughan, 2002).

### 2.3.3 Las Nuevas Tecnologías de la Comunicación y las Relaciones Interpersonales

#### Mediadas.

En numerosos estudios y publicaciones se ha puesto de manifiesto lo que es sin duda uno de los principales temas del presente: la importancia de las nuevas tecnologías de la información y comunicación en la sociedad, su influencia en la creación de un nuevo modelo económico global, su trascendencia en el nuevo orden internacional y el decisivo papel que juegan en las relaciones interpersonales.

Los medios de comunicación, en la medida en que intentan reflejar la realidad ofreciendo sus propias construcciones de las situaciones y hechos, se hacen eco de la importancia de las nuevas tecnologías contribuyendo al mismo tiempo a que esa importancia aumente a los ojos de todos los consumidores de información.

Wolton (2000) señala que desde hace quince años, las nuevas tecnologías se benefician de una enorme publicidad, como ninguna otra actividad social, política, deportiva o cultural.

Los nuevos medios han contribuido a configurar el mundo y la forma de pensar de sus habitantes. La revolución de las nuevas tecnologías de la información y comunicación ha dado lugar a un nuevo concepto de sociedad y a un nuevo modelo de comunicación.

El objetivo de la comunicación no es tecnológico, sino que concierne a la comprensión de las relaciones entre los individuos y entre éstos y la sociedad. Lo esencial de la comunicación no es de tipo tecnológico, sino antropológico y cultural; por eso la tecnología no puede sustituir jamás las imperfecciones de la comunicación

humana, sino que, por el contrario, esto explica por qué se dotan regularmente las tecnologías de comunicación, en este caso específico la Red, con la capacidad de resolver los problemas de comunicación humana y social (Wolton, 2000). El hecho de que las pantallas aparezcan por todas partes, no implica que la comunicación sea más fácil. En realidad, en cuanto más productivas sean las tecnologías, más debería destacarse lo que las separa de la comunicación humana y social.

Las nuevas tecnologías constituyen un evidente progreso tecnológico, sin embargo, no es suficiente para crear un progreso en la historia y en las teorías de la comunicación. La problemática de la comunicación no se reduce únicamente a los resultados de las tecnologías sino al lugar que la teoría de la comunicación ocupa en la sociedad; al impacto de la comunicación generalizada sobre las relaciones sociales; la articulación de la experiencia individual con la multiplicación de las situaciones de comunicación a distancia; el papel creciente de las imágenes virtuales en la experiencia cotidiana y una lista infinita de situaciones reales de la comunicación humana.

Por otro lado, los papeles que el emisor, el mensaje y el receptor juegan en la comunicación han mantenido su naturaleza netamente humana, es decir, a pesar de la considerable fuerza de los medios de comunicación y el impacto de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, el mismo mensaje enviado al mundo entero, no se recibe de manera idéntica en los diferentes países. Cada cual lo recibe y lo decodifica según su cultura, su religión y su política, lo cual le ha permitido al ser humano desarrollar un sentido cada vez más crítico a medida que está expuesto a un número creciente de informaciones.

Según Wolton (2000), a pesar del gran impacto de la comunicación a distancia, ésta no va a sustituir jamás la comunicación interpersonal. Actualmente existen todos los medios de comunicación a distancia y sin embargo, los jefes de Estado, los

científicos, los investigadores y otros grupos humanos, insisten en reunirse y verse directamente. Señala el mismo autor que la aldea global es una realidad tecnológica, pero no una realidad social y cultural.

## 2.4 La Adolescencia.

### 2.4.1 ¿Qué es la Adolescencia?

La adolescencia, es un periodo de transición, una etapa del ciclo de crecimiento que marca el final de la niñez y el comienzo de la edad adulta. Es un estadio propio de la especie humana; sin embargo las manifestaciones y la duración varían según las épocas y los grupos sociales. (Rocheblau, 1984).

Se dice que es una etapa de transición ya que es la línea divisoria entre la seguridad de la niñez y el mundo desconocido del adulto; en cierto sentido, la adolescencia ha venido a ser una etapa del desarrollo humano con naturaleza propia, distinta de las demás, un periodo de transición entre la niñez y adultez. (Kagan, 1974).

Este periodo comprende entre el final de la infancia y el principio de la edad adulta. Suele comenzar a los 12 y 14 años en la mujer y en el hombre respectivamente y termina a los 21.

La palabra adolescencia viene del latín *adolescens*, participio presente del verbo *adolecere*, crecer. Esta etapa es un proceso de crecimiento como el paso de un estadio a otro. Casi todas las sociedades admiten por lo menos cuatro clases de edad en el ser humano: recién nacido, niño, adulto y anciano. La adolescencia sólo se toma en cuenta en ciertas sociedades, específicamente, en las occidentales. (Rocheblau, 1984).

Este periodo empieza con los cambios fisiológicos de la pubertad y termina cuando se llega al pleno status sociológico del adulto. Sin embargo al igual que sucede con todas las etapas del desarrollo, estos puntos extremos no están muy bien definidos, por

ejemplo, la fisiología de la pubertad es un conjunto muy complejo de fenómenos, que incluye un rápido crecimiento del cuerpo, la osificación de los huesos, cambios hormonales, y la aparición repentina de las características primarias y secundarias del sexo, al igual que las reacciones psicológicas a estos cambios. No todos estos cambios fisiológicos tienen una elevada correlación, ni las reacciones psicológicas de ellas son idénticas o igualmente intensas en todos los individuos.

Es durante esta etapa de la vida cuando el individuo está en búsqueda de su identidad, misma que dura toda la vida y, cuyo punto de partida está en la niñez y acelera su velocidad durante la adolescencia.

Según Carneiro (1979) es un momento característico y decisivo de la evolución humana. Es un nuevo nacimiento; los rasgos humanos surgen en ella más complejos; las cualidades del cuerpo y de espíritu son más nuevas; el desenvolvimiento es menos gradual y más violento; surgen funciones importantes que ayer no existían. Es la lucha entre el niño y el hombre, como el esfuerzo del individuo para formarse automáticamente y comprender plenamente el sentido de la vida.

#### 2.4.2 Los Adolescentes y la Sociedad.

El desarrollo social del adolescente empieza a manifestarse desde temprana edad, cuando en su infancia comienza a pertenecer a pequeñas pandillas con la única finalidad de jugar y de hacer travesuras. A medida que se va desarrollando empieza a tener otras inquietudes, mismas que condicionan la elección de nuevos amigos. A la hora de elegir a un amigo es selectivo, busca a personas que tienen las mismas inquietudes que él, ideales y a veces hasta las mismas condiciones económicas. El grupo social al que se integra es heterogéneo compuesto de ambos sexos; ya no es como las pandillas que en su mayoría son homogéneas. Esto la

mayoría de las veces trae como consecuencia la mutua atracción, es decir, se empiezan a gustar el varón y la niña. (Kagan, 1974).

Ésta es la etapa más crítica del ser humano ya que el adolescente ve a la sociedad como un tema de crítica y rechazo, rompe el cordón umbilical que lo liga a los padres, desconoce la autoridad. La comprensión la busca fuera, en los compañeros, en los amigos, hasta encontrar al que va a convertirse en su confidente; el adulto o los padres no llenan esos requisitos.

A veces las amistades en la adolescencia son pasajeras esto se debe como anteriormente se mencionó a que ellos se unen por ser semejantes pero a medida que pasa el tiempo sus intereses e inquietudes cambian, pronto su sentido social los lleva a extender el número de miembros.

El adolescente pasa gran parte de su vida fuera de la propia familia; en la escuela y en el ambiente de trabajo tiene la posibilidad de establecer interacciones sociales con los demás cada vez más extensas y duraderas. Dependiendo siempre de la maduración intelectual, y también emocional y social el adolescente se relaciona cada vez mejor con individuos de su propia edad y con los adultos. A medida que las experiencias sociales del adolescente se extienden se amplían los contactos con las personas y, se separa emocionalmente de su propia familia, particularmente de los padres.

Existen ciertas actitudes sociales en los adolescentes, que están fundadas en necesidades propias del ser humano como la necesidad de aprobación, de conformidad, de reconocimiento, de aceptación y de participación. Estos factores llevan a la formación de grupos sociales como: clubes, equipos, organizaciones juveniles, etc. La función específica de tales grupos es la de favorecer el proceso de socialización mediante la comunicación entre los individuos. Con participación activa de estos grupos, los adolescentes pueden adquirir muchos de los conceptos

fundamentales y de los procedimientos que están en la base de una próspera vida social. (Rocheblau, 1984).

Por tal motivo, es necesario prever el ambiente favorable en el que, antes de cualquier otra cosa, se aprendan los sentimientos, los valores, los ideales, las actitudes y los hábitos de significación ético social. Es ésta una responsabilidad, primero de la familia y después de la escuela; formar en los muchachos personalidades socialmente adaptadas de modo que, al salir del círculo familiar y escolar, puedan ocupar el lugar que les corresponden en la sociedad.



## CAPÍTULO III

### METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

El Método que se utilizó en esta investigación fue el método correlacional, que es el estudio científico que tiene como propósito describir las relaciones que existen entre dos o más variables (Castañeda, De la Torre, Morán y Lara, 2002).

Se recabó información por medio del trabajo de gabinete y análisis documental, con el apoyo de libros, revistas, informes, ponencias y documentos que se refirieron al tema de estudio y, también se utilizó un cuestionario para levantar la encuesta.

Este estudio se llevó a cabo entre el 11 de abril y el 20 de mayo de 2005 en algunos puntos del Municipio de Puebla, a donde asisten con frecuencia los adolescentes, como centros o plazas comerciales, cines, cafés Internet, bibliotecas, centros deportivos y el centro de la ciudad de Puebla. Esto se detallará en el procedimiento.

#### 3.1 Sujetos.

En esta investigación se estudió una muestra de 382 adolescentes del Municipio de Puebla que reunieron las siguientes características:

- a) tener entre 12 y 15 años de edad;
- b) ser estudiantes de Secundaria;
- c) sexo indistinto;
- d) estrato social indistinto.

Según el anuario estadístico 2001 de fin de cursos de la Secretaría de Educación Pública del Estado de Puebla (SEP, 2001), existen aproximadamente 66,974 adolescentes de Secundaria en el Municipio de Puebla con las características arriba mencionadas. Con base en lo anterior, el cálculo del tamaño de la muestra se hizo de la siguiente manera: el porcentaje de confianza fue del 95% como se usa por lo general en las investigaciones sociales (Castañeda, De la Torre, Morán y Lara, 2002); el porcentaje de error del 4% y la variabilidad fue del 50% para p y 50% para q, donde "p" representa los cuestionarios a favor de la hipótesis y "q" representa los cuestionarios en contra.

Como en este caso sí se conocía el tamaño de la población que fue de 66, 974 sujetos, la fórmula que se utilizó fue:

$$n = \frac{Z^2 pq N}{Ne + Z^2 pq}$$

Donde :

n = tamaño de la muestra

$Z^2$  = nivel de confianza

p = variabilidad positiva

q = variabilidad negativa

N = tamaño de la población

$e^2$  = precisión de error

Sustituyendo los valores se obtuvo:

$$\begin{aligned}
 n &= \frac{(1.96)^2 (0.5) (0.5) (66974)}{(66974) (.05)^2 + (1.96)^2 (0.5) (0.5)} = \frac{(3.8416) (.25) (66974)}{(66974) (.0025) + (3.8416) (.25)} \\
 &= \frac{(0.9604) (66974)}{167.435 + 0.9604} = \frac{64321.8296}{168.3954} = 381.960 = 382
 \end{aligned}$$

### 3.2 Material.

El instrumento que permitió capturar los datos que se necesitaron en esta investigación fue un cuestionario de 12 preguntas cerradas, mismas que se elaboraron con base en la operacionalización de las variables de las hipótesis y de los objetivos. Se tuvo contemplado que el cuestionario debería contestarse en un tiempo máximo de 10 minutos.

Como ya se mencionó anteriormente, el cuestionario constó de 12 preguntas que se estructuraron de la siguiente manera: las tres primeras buscaron comprobar la variable independiente de la hipótesis, que consiste en el uso de la comunicación interactiva, de ahí, que éstas se formularon con base en la relación de los adolescentes con las computadoras y la Internet. La primera cuestión buscó conocer el tiempo que los adolescentes le destinan al uso de la computadora; la segunda responde al porqué de su uso y la tercera se formuló con el propósito de conocer qué tipo de actividad se realiza con mayor frecuencia en estos aparatos.

Las siguientes cuatro preguntas estuvieron encaminadas a comprobar la variable dependiente de la hipótesis, que es la influencia de la comunicación interactiva en las actitudes y relaciones que los adolescentes de 12 a 15 años de edad tienen con los demás, por eso están formuladas con el fin de conocer los tipos de relaciones que los

adolescentes tienen con otras personas. La cuarta pregunta buscó conocer los tipos de amistades que tienen los adolescentes, en la escuela, en la casa o en el Chat. La quinta pregunta tiene que ver con el tipo de relaciones de comunicación que tienen los adolescentes, ya sea personal o a través de un medio. La sexta pregunta se formuló con base en el tipo de actividades que prefieren realizar los adolescentes los fines de semana, en cuanto a la convivencia con los demás. Y la séptima pregunta se relaciona con la cantidad de personas que han conocido por medio de la red, con el fin de medir el grado de influencia de la comunicación interactiva.

El resto de las preguntas buscaron cumplir con algunos de los objetivos específicos planteados en esta investigación, como la relación de la comunicación interactiva y la sociedad, básicamente con la cuestión número ocho, formulada con el propósito de conocer qué tan confiables son para los adolescentes los modernos medios de comunicación, incluyendo, por supuesto, la computadora. La número 9 se encaminó al uso escolar de la computadora, es decir qué tanto la utilizan para investigar sus tareas y sobre todo qué tipo de fuentes son sus favoritas. La pregunta 10 está relacionada con la forma en que los adolescentes invierten su tiempo libre, específicamente en lo que se refiere a actividades en beneficio de su crecimiento social e intelectual. La número 11 se relaciona con la preferencia de los adolescentes hacia un determinado medio de comunicación y, la última responde a lo que los adolescentes valoran como parte fundamental de su tiempo en esta etapa de su vida y de qué manera se relacionan con otras personas para ser felices.

El cuestionario se incluye en el Anexo de este trabajo.

### 3.3 Procedimiento.

El estudio se llevó a cabo en el Municipio de Puebla, Puebla, con la aplicación de un cuestionario que fue aplicado a los sujetos de la muestra en lugares públicos tales

como centros comerciales, cafés Internet, afuera de los cines, en bibliotecas y en el centro de la ciudad de Puebla de la siguiente manera: con el fin de abarcar en lo mayor posible el Municipio de Puebla, se levantaron 60 encuestas en el Centro Comercial de Plaza Dorada, al Sur de la Ciudad; 60 encuestas más en Plaza San Pedro, al Norte; otras 60 en La Avenida Juárez, al Poniente; 60 encuestas en el centro de la ciudad y 60 más en el Centro Comercial el Campanario que se localiza al oriente del Municipio de Puebla. Los puntos colaterales o intermedios se cubrieron de la siguiente forma: en el sureste se levantarán 22 encuestas en la zona de Ciudad Universitaria de la Benemérita Universidad, ya que ahí existe un número considerable de cafés Internet; otras 20 encuestas en los cinépolis de la Noria; se aplicaron otras 20 encuestas en la Biblioteca Pública del Estado de Puebla "Gabriel Garibay" del Instituto Cultural Poblano; 20 más en los cines de Plaza Cristal y el resto se aplicó en el Parque Ecológico de Puebla.

Los encuestados fueron elegidos aleatoriamente, es decir, una vez determinado el número de la muestra, el cuestionario se aplicó a los sujetos que en el momento de levantar las encuestas transitaban por los lugares antes mencionado, y en los casos de los cafés Internet se encuestaron a los adolescentes presentes en esos momentos en dichos sitios.

La mayoría de los cuestionarios se levantaron por las tardes y los sábados, cuando un gran número de adolescentes no estaba en las escuelas y asistía a los lugares en cuestión.

Se les explicó a los adolescentes la finalidad del estudio y se les invitó a contestar el cuestionario, mismo que respondieron en forma individual y en un tiempo máximo de 10 minutos. Cabe mencionar que hubo sujetos que se negaron a responder a los cuestionarios por desconfianza, a pesar de que se les explicó la razón de este trabajo. Sin embargo, la mayoría se mostró amable y cooperó en su resolución.

Antes de aplicar los cuestionarios se realizó una prueba piloto para eliminar los posibles errores en el diseño del instrumento y para que los sujetos encuestados expusieran todas sus dudas. Una vez revisados todos los detalles del cuestionario se procedió a aplicarlo a toda la muestra.

Todos los cuestionarios estuvieron foliados del 1 al 382 con el fin de facilitar el análisis de los datos y poder interpretarlos de manera precisa.

## CAPÍTULO IV

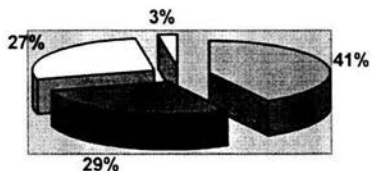
### ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

En este capítulo se dan a conocer los resultados de los datos obtenidos en la presente investigación y su correspondiente interpretación.

Pregunta número uno: En la semana uso la computadora...

El 41% de los encuestados usa la computadora de 1 a 2 días a la semana, esto quiere decir que su uso es relativamente poco si se le compara con los siguientes resultados; el 29% la usa de 3 a 4 días; el 27% de 5 a 7 días a la semana. Si ambos porcentajes se suman, se puede observar que la computadora es un medio muy usado por los adolescentes, lo que se pudiera interpretar como un medio absorbente de la atención y tiempo de estos usuarios. Y el 3% de los encuestados no contestó o respondió mal.

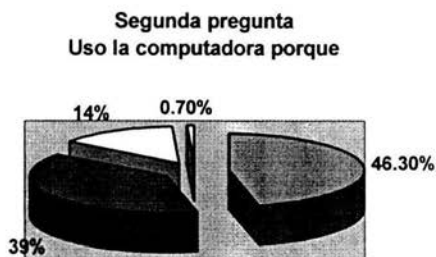
**Primera pregunta**  
**En la semana uso la computadora...**



■ 1 a 2 días ■ 3 a 4 días □ 5 a 7 días □ No contestó

Pregunta número dos: Uso la computadora porque...

El 46% contestó que usa la computadora porque le gusta, esto significa que su utilización es voluntaria; el 39 % porque debe estudiar, lo que se puede interpretar como una obligación; el 14% porque conoce nuevos amigos, este porcentaje, aunque no es muy alto, demuestra que poco a poco la computadora se está convirtiendo en un medio atractivo para establecer relaciones interpersonales. El 1% no contestó o lo hizo mal.



■ Me gusta ■ Debo estudiar □ Conozco nuevos amigos □ No contestó

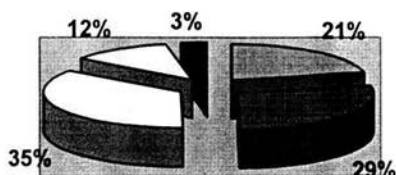
Pregunta número tres: ¿Qué actividades practico con mayor frecuencia en la computadora?

El 21% practica en la computadora el estudio, el cual se debe interpretar como una actividad relacionada exclusivamente con la escuela, lo que significa que su uso es didáctico; el 29% el Chat, este porcentaje se considera alto, ya que casi la tercera parte de los encuestados practica esta actividad que consiste en establecer comunicación por escrito alternadamente, es decir, uno escribe y otro responde; el 35% investiga, ésto se interpreta como buscar cualquier tipo de información, sin que necesariamente esté relacionada con actividades escolares; el 12% envía correos. A diferencia del



Chat, el correo sólo consiste en enviar mensajes y esperar respuesta en otro momento y no de inmediato, este porcentaje no es muy elevado, lo que indica que el adolescente prefiere entablar una conversación y no sólo escribir cartas. Y el 3% no contestó o respondió erróneamente.

**Tercera pregunta**  
**¿Qué actividades practico con mayor frecuencia en la computadora?**

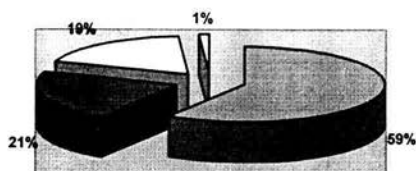


■ Estudiar ■ Chatear □ Investigar □ Enviar correos ■ No contestó

Pregunta número cuatro: Tengo más amigos en...

El 59% de los encuestados dijo tener más amigos en la escuela, lo que significa que las relaciones interpersonales cara a cara son aún importantes; el 21 % en la colonia donde vive, dándose la misma interpretación que en la pregunta anterior; sin embargo el 19% de los encuestados que dice tener más amigos en el Chat que en la escuela o en la colonia, muestra que cada vez más es mayor el número de adolescentes que prefiere tener amigos virtuales. El 1% no contestó o su respuesta fue equivocada.

**Cuarta pregunta**  
Tengo más amigos en...

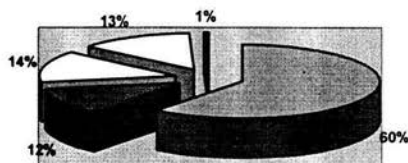


■ La escuela ■ La colonia □ El chat □ No contestó

Pregunta número cinco: Cuando hablo con mis amigos prefiero hacerlo...

El 60% de los encuestados prefiere hablar con sus amigos cara a cara, este resultado coincide con los resultados de la respuesta anterior; el 12% por medio de un e-mail, no es un porcentaje muy alto, sin embargo este uso se está popularizando; el 14% por el Chat, confirma los resultados de las preguntas dos, tres y cuatro; el 13% prefiere hacerlo por teléfono, este medio, aunque es muy accesible, ha sido rebasado por la computadora y los servicios que ofrece. El 1% no contestó o lo hizo mal.

**Quinta pregunta**  
Cuando hablo con mis amigos prefiero hacerlo ...

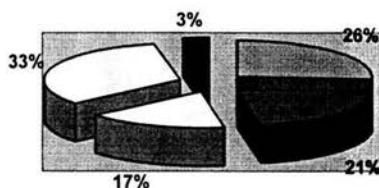


■ Cara a cara ■ Por e-mail □ Por el chat □ Por teléfono ■ No contestó

Pregunta número 6: Los fines de semana prefiero...

El 26% de los encuestados gusta de ir al cine los fines de semana, realmente no es un porcentaje muy alto, pero si se puede considerar una práctica común; el 21% prefiere salir a comer, esto se entiende como actividad familiar; el 17 % chatea los fines de semana, significa que su elección se inclina a estar frente a una computadora conversando con sus amistades; el 33 % visitar amigos, lo que significa que para ellos son mejores las relaciones cara a cara y el contacto físico. Y el 3% no contestó o su respuesta estuvo equivocada.

**Sexta pregunta**  
**Los fines de semana prefiero...**

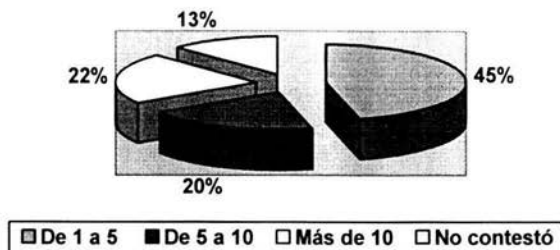


Ir al cine 
  Salir a comer 
  Chatear 
  Visitar amigos 
  No contestó

Pregunta número siete: ¿Cuántas personas he conocido por medio de la Internet?

El 45% de los encuestados dijo haber conocido por Internet de 1 a 5 personas, es un porcentaje muy alto, lo que significa que los adolescentes no sólo están buscando amigos en su entorno, sino que van más allá de él; el 20% de 5 a 10, que aún sigue siendo un promedio elevado, igual que el siguiente que fue del 22% en lo que respecta a más de 10 personas conocidas por Internet. El 13% no contestó o lo hizo mal, este resultado significa que aunque sea menor, el porcentaje de chicos que no contestó o erró su respuesta aún es significativo, es decir, aún existen adolescentes que prefieren conocer gente en persona.

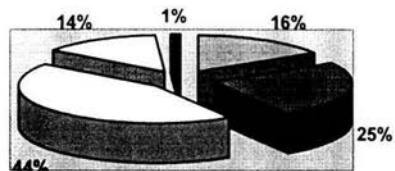
**Séptima pregunta**  
**¿Cuántas personas he conocido por medio de la Internet?**



Pregunta número ocho: Cuando quiero saber una noticia busco en...

El 16% busca en el periódico, tal parece que la lectura de periódicos no es una práctica muy común entre los adolescentes; el 25% en los noticiarios de la televisión, esto significa que a los adolescentes les gustan las noticias con imágenes y prefieren que se las narren a leerlas; el 44% en la Internet, este es un porcentaje muy elevado, tal vez porque en la Internet las noticias están a cualquier hora y no tienen que esperar los noticiarios radiofónicos o televisivos para informarse, además que se pueden observar muchas imágenes sin censura; el 14% busca en la radio y el 1% no contestó o su respuesta estuvo mal.

Octava pregunta  
 Cuando quiero saber una noticia busco en...

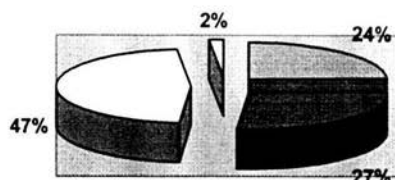


El periódico  
  La T.V.  
  La Internet  
  La radio  
  No contestó

Pregunta número nueve: Cuando me dejan tareas de investigación consulto...

El 24% de los encuestados consulta libros, aunque este porcentaje todavía es importante, tal parece que poco a poco disminuye el uso de los libros, ya que el 27% consulta enciclopedias multimedia, es decir, aquellas que vienen en discos, que son mucho más baratas que las tradicionales y que además ocupan mucho espacio es los librerías; el 47% usa la red para hacer tareas de investigación, sin embargo no todo lo que está en Internet es confiable, es decir, por el caber espacio se puede encontrar mucha basura o informaciones falsas y se debe tener asesoría para no errar en lo que realmente se busca, sin embargo parece que los adolescentes creen todo lo que hay ahí, de lo contrario su uso para investigar tareas sería menor. El 2% no contestó o lo hizo mal.

**Novena pregunta**  
**Cuando me dejan tareas de investigación consulto...**

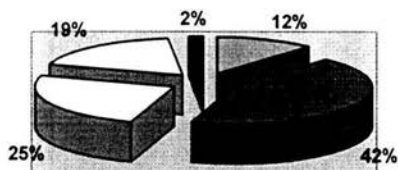


Libros  
  Enciclopedias multimedia  
  La Internet  
  No contestó

Pregunta número diez: En mis ratos libres:

El 12% de los encuestados lee, este porcentaje es muy bajo y se puede comparar con el resultado que arrojó la encuesta de buscar noticias, donde se puede apreciar que los adolescentes leen muy poco en los periódicos y, también coincide con la respuesta de la pregunta anterior donde contestaron que prefieren la Internet para hacer tareas de investigación que consultar libros, ya que muchas veces encuentran lo que buscan y sin leerlo lo imprimen y se lo entregan a sus maestros. El 42% escucha música, lo que significa que aún es común esta práctica para matar el tiempo; el 25% practica deporte, es decir, la cuarta parte de los encuestados prefiere ejercitar su cuerpo para mantenerse sanos y no perder el tiempo en actividades que nada benefician su desarrollo físico, intelectual y sus relaciones personales; el 19% chatea, lo que muestra que un porcentaje alto de la población encuestada prefiere estar en comunicación con otras personas por medio de una máquina, y el 2% no contestó o respondió de forma inadecuada.

**Décima pregunta**  
**En mis ratos libres prefiero...**

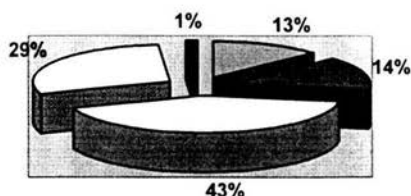


Leer  
  Escuchar música  
  Practicar deporte  
  Chatear  
  No contestó

Pregunta número once: ¿Cuál de estos medios absorbe más mi tiempo?

El 13% contestó que lo que más absorbe su tiempo es un libro, es un porcentaje relativamente bajo pero que coincide con las preguntas número ocho y nueve; el 14% respondió que el teléfono, lo que indica que su uso es relativamente bajo si se le compara con la televisión que ocupa el 43% del tiempo de los adolescentes; el 29% de los encuestados dijo que el medio en el que más invierten su tiempo es la computadora, lo que significa que es un porcentaje alto aunque no tanto como el de la televisión, sin embargo las respuestas de las preguntas anteriores demuestran que la actividad más frecuente es el uso de la Internet. Y el 1% no contestó o respondió mal.

**Décimoprimer pregunta**  
**¿Cuál de estos medios absorbe más mi tiempo?**

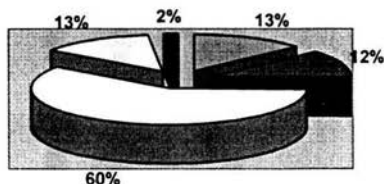


Un libro  
  El teléfono  
  La T.V.  
  La computadora  
  No contestó

Pregunta número doce: Mi vida sería aburrida si no pudiera...

El 13% contestó que Chatear, es decir algunos adolescentes, no muchos, prefieren entablar relaciones por computadora; el 12% leer, un porcentaje también bajo, lo que demuestra que a los jovencitos poco les atrae la lectura; el 60% jugar, afortunadamente estos muchachos aún se interesan por pasar ratos de diversión jugando; el 13% contestó que se aburrirían si no pudieran estudiar, es decir son pocos los chicos que valoran el estudio. El 2% no contestó o lo hizo mal.

**Décimosegunda pregunta**  
**Mi vida sería aburrida si no pudiera...**



Chatear  
  Leer  
  Jugar  
  Estudiar  
  No contestó



## CAPÍTULO V

### DISCUSIÓN

#### 5.1 Conclusiones.

Después de haber analizado e interpretado los resultados de la encuesta en esta investigación, se llegó a las siguientes conclusiones.

La relación que guarda cada una de las preguntas entre sí apoyan la hipótesis planteada. Con respecto a la cuestión número uno se concluyó que el uso cotidiano de la computadora por los adolescentes va en aumento, ya que un promedio de casi el 30% la utiliza entre tres y cuatro días a la semana, lo que supone que aproximadamente la mitad de su tiempo lo invierten frente a una máquina porque les gusta; un porcentaje que se puede empezar a considerar como importante es el del 14%, que la usa con el fin de conocer nuevos amigos, que responde a la pregunta número dos y que a su vez se relaciona con la número tres, es decir, la utilidad que los chicos hacen por gusto de la computadora está relacionado con chatear y enviar correos, en un considerable porcentaje mayor al 40%. Esto lleva a la conclusión de que casi la mitad del tiempo que pasan frente a las máquinas los adolescentes, lo invierten en la comunicación a larga distancia, lo que los ha llevado a entablar relaciones con personas en otros lugares, lo que respondió a la pregunta número cuatro.

Con la interrogante número cinco se llegó a la conclusión de que casi la tercera parte de los adolescentes prefieren las conversaciones vía Internet, es decir, se sienten a gusto charlando con otras personas aunque físicamente no las tengan frente a ellos,

lo que supone que a muchos no les afecta que la comunicación que ejercen no presente de manera real a los sujetos con los que comparten su tiempo. En esta misma pregunta se pudo comprobar que la mayoría de los chicos aún prefieren las relaciones interpersonales cara a cara, lo que se demuestra con los resultados de la cuestión número seis que indicaron que a los adolescentes les gusta convivir con otras personas al salir a comer, al ir al cine o al visitar a sus amigos. Se concluye que aún no es tarde para hacer reaccionar a los jóvenes acerca del uso racional y responsable de la comunicación interactiva, ya que quedó demostrado que a pesar de que la mayoría prefiere las relaciones interpersonales cara a cara, se está recurriendo cada vez más al uso de medios electrónicos, como la computadora, para comunicarse.

La relación de las preguntas anteriores con la número siete es más que evidente, porque casi la mitad de los adolescentes ha conocido por lo menos a una persona por medio de la Internet, lo que lleva a concluir que a pesar de las amistades y relaciones que pueden tener cerca, se están inclinando por la comunicación interactiva que los pone en contacto con otros sujetos a los que tal vez nunca lleguen a conocer personalmente.

La pregunta número ocho se relaciona con la número nueve, ya que ambas responden al cómo se informan los adolescentes, ya sea para conocer la realidad que les rodea o para realizar trabajos de la escuela, pero en ambas se concluyó que confían más en la comunicación interactiva que en cualquier otro medio, lo que hace suponer que la Internet es su fuente de información más confiable.

La interrogante número 10 lleva a concluir que aún escuchar música es común entre los adolescentes para matar el tiempo, y que la televisión y la computadora (pregunta número 11) son los medios que más absorben su tiempo, es decir, para muchos chicos, los momentos en que no conviven con otras personas lo emplean en algún medio electrónico de comunicación. Afortunadamente, lo más importante para ellos a

esta edad, es aún el juego, ya que más de la mitad de ellos no conciben su vida sin poder jugar, y para poder hacerlo, hay que convivir y comunicarse cara a cara con los demás.

Con respecto a la hipótesis planteada: "El uso de la comunicación interactiva influye en las actitudes y relaciones que los adolescentes de 12 a 15 años de edad tienen con los demás", se encontró que este grupo específico de personas es propenso al uso cotidiano de las computadoras, unos por gusto, la mayoría, y otros por cuestiones de los estudios; pero esa mayoría que utiliza la computadora por gusto, lo hace generalmente para buscar cualquier tipo de información y establecer contacto con otras personas, ya sea a través del Chat o del correo electrónico, recursos de Internet para comunicarse.

El asistir diariamente a clases, ha dado a los adolescentes la posibilidad de conocer a otros chicos de su edad, lo que ha provocado el nacimiento de relaciones interpersonales cara a cara, que en algunos casos duran mucho tiempo; lo mismo ocurre con los amigos que los adolescentes tienen cerca de sus casas, sin embargo, hay un número importante de adolescentes que sale de este grupo específico y prefiere las relaciones interpersonales por medio de una máquina, es decir, el uso cotidiano de la comunicación interactiva lleva a los adolescentes a relacionarse con personas a larga distancia, bien pueden ser los mismos amigos que tienen en la escuela o nuevos amigos conocidos a través de la red. Ahora bien, en este caso, si los adolescentes chatean con sus compañeros de clases, se puede tomar sólo como un recurso que complementa su relación, es decir, tal vez en la escuela no tienen el tiempo suficiente para compartir sus intereses, lo que los orilla a hacer uso de la red para lograrlo.

Por otro lado, si los adolescentes hacen contacto con personas a las que no conocen físicamente, puede ser el inicio de relaciones interpersonales mediadas con

sujetos que tal vez no sean sinceros con ellos, sin descartar, por supuesto, la posibilidad de que los mismo adolescentes fabriquen personalidades falsas para impresionar a sus interlocutores, lo que vendría a afectar sus propios principios, sus valores y la educación que reciben.

Afortunadamente muchos adolescentes aún prefieren convivir con sus amigos y familiares en los ratos de esparcimiento como las idas al cine, las visitas a los amigos o las comidas en restaurantes con la familia. Sin embargo ya se empieza a apreciar una marcada tendencia de adolescentes que prefieren estar con sus amigos virtuales que con sus amigos reales o familiares.

Además es necesario considerar que al usar la Internet como medio de comunicación, lleva a los adolescentes a vivir en un mundo irreal y aislado en el que no pueden ser auténticos, pues ignorar su entorno para crear una fantasía en la que viven cotidianamente.

La relación que guardan cada una de las preguntas

Una vez hecho este análisis, se puede concluir que los resultados comprueban la hipótesis planteada al establecer que, efectivamente, el uso de la comunicación interactiva, por medio de la Internet, influye en las actitudes y relaciones que los adolescentes de 12 a 15 años de edad tienen con los demás.

En cuanto a los objetivos, sí se alcanzó el Objetivo General, ya que se analizó la influencia de la comunicación interactiva en los adolescentes de 12 a 15 años de edad. También se alcanzaron los objetivos específicos al analizar la relación que existe entre la comunicación interactiva y la sociedad actual, con la conclusión de que las sociedad moderna está cada vez más inmersa en un mundo de avances tecnológicos, que si bien han beneficiado en muchos aspectos al hombre y su desarrollo, en muchos casos también han perjudicado al contribuir al nacimiento de ideas y conceptos que

menosprecian el sentido eminentemente humano de la comunicación y las relaciones interpersonales.

Se concluye así mismo que la comunicación interactiva facilita en gran medida las relaciones sociales, pero afortunadamente, aún existe un gran número de chicos que prefieren la comunicación cara a cara.

También se llegó a la conclusión de que los adolescentes que hacen uso de la Internet, le asignan principalmente funciones comunicativas por medio del Chat y el correo electrónico y funciones informativas al convertir a la Internet en una de sus principales fuentes de información sobre temas diversos, ya sean noticias, investigaciones escolares o cualquier otra cosa que a ellos les interesa.

Y por último, se hace una reflexión que nos lleva a considerar que la comunicación es un acto de la voluntad humana y que no debe perderse de vista, que aunque existan muchos medios de comunicación, sin el hombre, éstos no podrían, en primer lugar, existir, en segundo lugar, funcionar adecuadamente y, en tercer lugar, ofrecer todos los servicios para los que fueron diseñados. No se trata de tomar una postura tecnofóbica, pero sí lograr que se reflexione en el aspecto humano de la comunicación.

## 5.2 Recomendaciones.

A continuación se presentan algunas recomendaciones relacionadas con esta investigación.

- a) El tema queda abierto para futuras investigaciones en donde se involucren a estudiantes de niveles superiores, es decir, de Bachillerato y Licenciaturas.
- b) Realizar investigaciones acerca del riesgo que corren los adolescentes y jóvenes al usar la Internet sin la supervisión de los adultos; esto, en lo que se refiere a toda la información malsana que circula por la red.

**ESTA TESIS NO SALE  
DE LA BIBLIOTECA**

- c) Investigar las verdaderas causas del aislamiento de los adolescentes y su refugio en la Internet.
- d) Promover programas deportivos en donde los adolescentes inviertan su tiempo sanamente.
- e) Que la Secretaría de Educación Pública promueva programas encaminados a adquirir el hábito de la lectura y la investigación en beneficio de los estudiantes.
- f) Enfatizar más en los programas educativos las materias de humanidades, con la finalidad de formar personas críticas y reflexivas y no sólo autómatas como lo pretende el mundo globalizado.
- g) Incluir dentro de los programas educativos de secundaria una materia que enseñe a los chicos el uso correcto de los programas multimedia y la Internet.
- h) Crear programas para padres de adolescentes encaminados a mejorar las relaciones interpersonales en la familia.
- i) Explotar al máximo los talentos artísticos de niños y adolescentes por medio de academias de arte auspiciados por el gobierno con la finalidad de invertir su tiempo en quehaceres verdaderamente productivos.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Berlo K, D. (1996). El Proceso de la Comunicación. Buenos Aires: El Ateneo.
- Berrios, Ll., Buscarais, Ma. R. "Las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) y los Adolescentes. Algunos datos." Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación, la Ciencia y la Cultura, Mayo 2005. Disponible en [www.campus-oei.org](http://www.campus-oei.org).
- Cabero, J. (2001). Tecnología Educativa. Diseño y Utilización de Medios en la Enseñanza. Buenos Aires: Paidós Papeles de Comunicación 36.
- Carneiro Leao, A. (1979). Adolescencia. Sus Problemas y su Educación. México: UTHEA.
- Castañeda Jiménez, J., De la Torre Lozano, Ma. O., Morán Rodríguez, J. M., Lara Ramírez, L. P. (2002). Metodología de la Investigación. México: Mc Graw-Hill.
- Castells, M. (1997). La Era de la Información. Economía, Sociedad y Cultura. Madrid: Alianza Editorial, Vol. I.
- Castells, M. (2001). La Galaxia de Internet. Reflexiones sobre Internet, Empresa y Sociedad. Barcelona. Plaza & Jan
- Codina, L. (2000). El Libro Digital y la www. Madrid: Tauro.
- Fernández Collado, C. (2001). La Comunicación Humana en el Mundo Contemporáneo. México: McGraw-Hill.
- Holtz-Bonneua, F. (1986). La Imagen y el Ordenador. Madrid. Tecnos.
- Kagan, J. (1974). Desarrollo de la Personalidad en el Niño. México: Trillas.
- Lucas Marín, Antonio, García Galera, Carmen, Ruiz San Román, José Antonio. (1999). Sociología de la Comunicación. Madrid: Trotta.
- Maldonado Willman, H. (1996). Manual de Comunicación Oral. México: Alambra Mexicana.
- Negroponte, N. (1996). Ser Digital. México: Océano.
- Paoli, A. (1999). Comunicación e Información. Perspectivas Teóricas. México: Trillas.
- Rocheblaupe-Spenlé, A. (1984). El Adolescente y su Mundo. Barcelona: Herder.
- Roda Salinas, F. J., Beltrán de Tena, R. (1988). Información y Comunicación. Los Medios y su aplicación Didáctica. Barcelona: Gustavo Gill

- Rost, A. " Pero, ¿ de qué hablamos cuando hablamos de Interactividad ?." ALAIC/IBERCOM, La Plata. 12 al 15 de octubre de 2004. Disponible en [www.sociedaddelainformaciónycibercultura.org.mx](http://www.sociedaddelainformaciónycibercultura.org.mx).
- Sanders, D. (1988). Informática Presente y Futuro. México: Mc Graw Hill.
- SEP. (2001). Anuario Estadístico de fin de Cursos 2000-2001. Educación Secundaria. Disponible en [www.sep.pue.gob.mx](http://www.sep.pue.gob.mx).
- Vaughan, T. (2002). Multimedia. Manual de Referencia. Madrid: Mc Graw-Hill. Osborne Media.
- Wolton, D. (2000). Internet, ¿y Después?. Barcelona: Gedisa
- Zeta de Pozo, R. (2002). " Opciones Interactivas en el Periodismo Digital Peruano. " México. Diciembre 2002. Disponible en [www.saladeprensa.org](http://www.saladeprensa.org).



## DEFINICIÓN DE TÉRMINOS

Adolescencia. Es un proceso de cambios rápidos que experimenta el ser humano en los aspectos físico, sexual e intelectual entre los 12 y 15 años de edad. (Conger, 1980).

ARPA. Advanced Research Projects Agency. (Agencia de Proyectos de Investigación Avanzada). Dependencia del Departamento de Defensa de los Estados Unidos llamada ahora Agencia de Proyectos de Investigación Avanzada de la Defensa (DARPA), que ha sido fuente importante de financiamiento para innovaciones significativas en el área de computación. (Pfaffenberger, 1997).

ARPANET. Red de área amplia creada en 1969 con financiamiento de ARPA. La ARPANET sirvió como el medio de experimentación para el desarrollo de TCP/IP. (Pfaffenberger, 1997).

Comunicación. Se entiende por comunicación al proceso mediante el cual una persona, llamada **emisor**, transmite a otra persona llamada **receptor**, un **mensaje**, que es transmitido a través de un **código**, es decir, un conjunto de signos.

Computadora. Máquina capaz de seguir instrucciones para modificar información de una manera conveniente y para realizar por lo menos algunas operaciones sin intervención humana. (Pfaffenberger, 1997).

Conectividad. Grado hasta el cual una computadora o un programa determinados funcionan en una configuración de red. (Pfaffenberger, 1997).

Correo Electrónico. (e-mail). Uso de una red para enviar y recibir mensajes. (Pfaffenberger, 1997).

Cuestionario. Es el listado de preguntas que deberán contestar los sujetos de la muestra. Las preguntas o los reactivos que contiene este instrumento se deducen

de las hipótesis y de los objetivos de la investigación. (Jiménez, De la Torre, Morán y Lara y Lara, 2001).

Chat. Plática o diálogo con otros usuarios de computadoras por medio de Internet, donde se intercambian líneas de texto en una conversación en tiempo real. (Pfaffenberger, 1997).

Entorno social. Se refiere al medio social que rodea a una persona.

Fax. Transmisión y recepción de páginas impresas entre dos localidades a través de una línea telefónica. El término fax es una forma abreviada de facsímil. (Pfaffenberger, 1997).

Globalización. Es un conjunto de propuestas teóricas que subrayan especialmente dos grandes tendencias (a) los sistemas de comunicación mediada; y (b) las condiciones económicas, especialmente aquellas relacionadas con la movilidad de los recursos financieros y comerciales. (Reyes, 1997).

Influencia. Se refiere al efecto producido por una persona o cosa sobre otras.

Información. Se refiere al conjunto de datos o conocimientos que se transmiten de una o varias personas a otras.

Informática. Es la ciencia que estudia el tratamiento automático y racional de la información. Procede de la contracción de las palabras información automática. (Alcalde y García/1995).

Inteligencia artificial. Campo de la ciencia de la computación con el propósito de mejorar las computadoras para dotarlas con algunas características asociadas con la inteligencia humana como la capacidad de entender el lenguaje natural y razonar bajo condiciones de incertidumbre. (Pfaffenberger, 1997).

Interactividad. Es la comunicación entre dos o más personas con el auxilio de un medio, o cuando se interactúa con un programa de cómputo o un juego de video. (Méndez, 1994).

Internet. Red extensa constituida por una cantidad de redes menores. (Freedman, 1998).

Muestra. Una parte de la población que contiene teóricamente las mismas características que se desean estudiar en aquella. (Rojas, 1978).

Multimedia. Método basado en computadora que sirve para presentar información a través de más de un medio de comunicación como texto, gráficos y sonido, y en el que se destaca la interactividad. (Pfaffenberger, 1997).

NSF. National Science Foundation. Fundación Estadounidense para la Ciencia. Agencia independiente del Gobierno de los Estados Unidos que busca promover el bienestar público a través del desarrollo de la ciencia y la ingeniería. (Paffenberger, 1997).

Nodo. En una red de área local, punto de conexión capaz de crear, recibir o repetir mensajes. (Paffenberger, 1997).

Protocolos TCP/IP. En comunicaciones de datos y conectividad, estándar que especifica el formato de los datos, además de las reglas que habrán de seguirse. TCP/IP corresponde a las siglas de Protocolo de Control de Transmisión/Protocolo Internet. (Paffenberger, 1997).

SEP. Secretaría de Educación Pública.

Telemática. Ciencia que estudia el funcionamiento de todos los sistemas de comunicación a distancia. (Pfaffenberger, 1997).

Teletexto. Sistema electrónico que transmite por televisión textos informativos por medio de señales codificadas. (López de Zauzo, 2000).

Televisión Interactiva. Es aquella en la que se espera algún tipo de capacidad de respuesta del receptor hacia el emisor, de modo que pueda atender las solicitudes de sus receptores. (Pestano, 2003).

Videotexto. Transmisión de información (como titulares de noticias, síntesis bursátil y reseñas de películas actuales) a través de un sistema de televisión por cable. (Pfaffenberger, 1997).

WWW. World Wide Web. Sistema mundial de hipertexto que utiliza Internet como mecanismo de transporte. (Pfaffenberger, 1997).

ANEXO

## CUESTIONARIO

INSTRUCCIONES: Lee con atención cada cuestión y responde marcando con una X tu respuesta. Sólo debes marcar una opción. Trata de responder con la mayor honestidad posible. Esta información es confidencial y sólo se usará para este estudio. Gracias.

1. En la semana uso la computadora:

Uno a dos días \_\_\_\_\_ Tres a cuatro días \_\_\_\_\_ Cinco a siete días \_\_\_\_\_

2. Uso la computadora porque:

Me gusta \_\_\_\_\_ Debo estudiar \_\_\_\_\_ Conozco nuevos amigos \_\_\_\_\_

3. ¿Qué actividad practico con mayor frecuencia en la computadora?

Estudiar \_\_\_\_\_ Chatear \_\_\_\_\_ Investigar \_\_\_\_\_ Enviar correos \_\_\_\_\_

4. Tengo más amigos en:

La escuela \_\_\_\_\_ La colonia \_\_\_\_\_ El Chat \_\_\_\_\_

5. Cuando habla con mis amigos prefiero hacerlo:

Cara a cara \_\_\_\_\_ Por e-mail \_\_\_\_\_ Por el Chat \_\_\_\_\_ Por teléfono \_\_\_\_\_

6. Los fines de semana prefiero:

Ir al cine \_\_\_\_\_ Salir a comer \_\_\_\_\_ Chatear \_\_\_\_\_ Visitar amigos \_\_\_\_\_

7. ¿Cuántas personas he conocido por medio de la Internet?

De uno a cinco \_\_\_\_\_ De cinco a diez \_\_\_\_\_ Más de diez \_\_\_\_\_

8. Cuando quiero saber una noticia busco en:

El periódico \_\_\_\_\_ La televisión \_\_\_\_\_ La Internet \_\_\_\_\_ La radio \_\_\_\_\_

9. Cuando me dejan tareas de investigación consulto:

Libros \_\_\_\_\_ Enciclopedias multimedia \_\_\_\_\_ La Internet \_\_\_\_\_

10. En mis ratos libres prefiero:

Leer \_\_\_\_\_ Escuchar música \_\_\_\_\_ Practicar deporte \_\_\_\_\_ Chatear \_\_\_\_\_

11. ¿Cuál de estos medios absorbe más mi tiempo?

Un libro \_\_\_\_\_ El Teléfono \_\_\_\_\_ La televisión \_\_\_\_\_ La computadora \_\_\_\_\_

12. Mi vida sería aburrida si no pudiera:

Chatear \_\_\_\_\_ Leer \_\_\_\_\_ Jugar \_\_\_\_\_ Estudiar \_\_\_\_\_